

Gôndola 25⁶ anos,

OUTUBRO 2019

A revista GÔNDOLA comemora nesta edição suas bodas de prata, consolidada como líder absoluta de leitura em Minas Gerais e uma das principais publicações do trade supermercadista do País.

e mais:

- SALIM MATTAR – ENTREVISTA EXCLUSIVA COM O FUNDADOR DA LOCALIZA, REFERÊNCIA COMO EMPREENDEDOR, E HOJE À FRENTE DA PRIVATIZAÇÃO NO GOVERNO FEDERAL
- FIM DE ANO: ERA MELHOR TER PLANEJADO ANTES, MAS AINDA DÁ TEMPO DE TENTAR ALGO. CONFIRA

Novos Sabonetes!

Start

PIRAHY

ALIMENTOS

História

Iniciamos nossas atividades em 1975, e estamos sediados na cidade de São Borja, Fronteira Oeste do Estado do Rio Grande do Sul. A origem do nosso trabalho foi pautada na oportunidade de utilizar a força da produção orizícola da região. Encontramos aqui as melhores condições particulares de clima, solo e luminosidade, tornando-se a região mais importante produtora de arroz no país e, uma das melhores do mundo para o cultivo de arroz de qualidade superior.

A denominação inicial, Cerealista PIRAHY, teve origem no bairro onde iniciaram as atividades da empresa. O bairro, por sua vez, recebeu este nome em função da fábrica de papel e celulose Pirahy que manteve suas atividades até os anos de 1970. O nome Pirahy ou pirai é de origem indígena e significa "rio do peixe" ou "peixe pequeno".

Em 1977, iniciaram as atividades no bairro do Passo onde até hoje funciona a estrutura administrativa, parte da produção industrial e a Unidade de Beneficiamento de Sementes – UBS.

No ano 2000, também em São Borja, inauguramos a mais moderna planta industrial de beneficiamento de arroz da América Latina e, no ano de 2002, passamos a nos denominar PIRAHY Alimentos, possibilitando a ampliação do leque de atuação em termos de produtos e avaliando os diferenciais de qualidades inerentes aos produtos relacionados. Em 2007, inauguramos a planta própria de arroz parboilizado, com tecnologias e processos diferenciados.

Ao longo de nossa história, nos mantemos atualizados, acompanhando o ritmo da evolução tecnológica, modernizando nossos processos, reformulando nossas linhas de produção, ampliando nossas instalações e desenvolvendo novos produtos, para que cada vez mais seja perceptível por clientes e consumidores os diferenciais de qualidade evidenciados na produção local e na marca Prato Fino.

"Se temos uma das melhores matérias-primas do Mundo, oriundas da região e dos produtores parceiros, então devemos nos comprometer em proporcionar ao consumidor o melhor produto que possa adquirir para alimentar sua família".

PIRAHY Alimentos Ltda

Somos uma empresa voltada ao beneficiamento de arroz. A nossa história é marcada pela tradição, inovação, tecnologia, confiança, comprometimento em tudo o que fazemos e parcerias sólidas.

Essas características acompanham os processos e produtos, desde a escolha das sementes, passando por lavouras até chegar à mesa do nosso consumidor.

Mantemos ainda o constante desafio de promover, diariamente, práticas voltadas à sustentação e ao desenvolvimento do padrão de qualidade, garantindo uma alimentação saudável e, por consequência, respeitando o nosso consumidor.

Investir na mais avançada tecnologia de produção aliada a melhor matéria-prima, é a receita certa para levar aos consumidores produtos de alta qualidade. É por isso que nosso estímulo aos parceiros, inovação e o domínio do que há de mais moderno e eficiente no mercado, em termos de beneficiamento de arroz, faz parte da nossa tradição desde a fundação. É com base neste conceito que possuímos a planta industrial de beneficiamento de arroz mais moderna da América Latina.

Área de atuação

Temos lugar de destaque nos mercados das regiões Sul (Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná), Sudeste (São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo).

Também estamos presente no Centro-Oeste (Mato Grosso do Sul e Distrito Federal). Atualmente exportamos para os Estados Unidos, Inglaterra e Japão.



Foco na Qualidade

A fim de termos um produto uniforme o ano todo, trabalhamos somente com variedades nobres de arroz. Adotamos rigoroso controle do processo de produção do arroz para assegurar a qualidade e segurança do produto que comercializamos. Toda matéria-prima recebida passa por avaliação e após aprovação o arroz é armazenado por variedades.

A grande capacidade de armazenagem de grãos e a segregação por variedades garantem o abastecimento do consumidor durante todo o ano de um arroz sempre soltinho e com ótimo rendimento.

Atualmente temos dois Programas de Qualidade voltados para a segurança do alimento, são eles o APPCC (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle) e o BPF (Boas Práticas de Fabricação), que avaliam os possíveis riscos de contaminação e determinam procedimentos e pontos de controle para eliminação de todo o perigo físico, químico e biológico.

A mais moderna tecnologia é empregada no beneficiamento do arroz, sem a adição de produtos químicos, onde os melhores grãos são selecionados eletronicamente, eliminando a presença de grãos defeituosos ou grãos quebrados no pacote. Qualquer matéria estranha ou sujeira presente na matéria-prima é removida durante as etapas de processamento, garantindo um produto saudável e seguro.

Em conformidade com os padrões de Segurança de Alimentos, temos a preocupação em orientar os estabelecimentos de venda sobre as condições recomendadas de armazenagem, evitando a contaminação e garantindo um produto íntegro e seguro.

Acreditamos que o campo é um lugar cheio de energia, afinal é da terra que a semente cresce, se transforma em plantação, alimento e nutrição. Semeado por nossos parceiros, nas melhores terras do Brasil, nosso arroz chega até a mesa de todos, sempre soltinho, saboroso e nutritivo.



ARROZ PRATO FINO **BRANCO**

- ✓ Processo rigoroso de seleção e qualidade desde o plantio até o produto final.
- ✓ Grãos brancos, íntegros e uniformes.
- ✓ Destacado rendimento de cocção.
- ✓ Sempre soltinho.



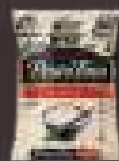
ARROZ PRATO FINO **PARBOILIZADO**

- ✓ Moderno processo industrial.
- ✓ Odor e sabor suave.
- ✓ Ótimo rendimento.
- ✓ Sempre soltinho.



ARROZ PRATO FINO **INTEGRAL**

- ✓ Ajuda no bom funcionamento gastrointestinal.
- ✓ Rico em fibras.
- ✓ Odor e sabor suave.
- ✓ Sempre soltinho.



ARROZ PRATO FINO

- ✓ Grãos longos, com elevada padronização.
- ✓ Cocção apropriada para a culinária Oriental.
- ✓ Grãos mais unidos.



≡ PRATO FINO ITALIANO ≡

- ✓ Sabor, textura, umidade e aroma diferenciados.
- ✓ Grãos com maior capacidade de absorção de água e temperos.
- ✓ Mais cremoso, com aspecto amanteigado.



≡ PRATO FINO JAPONÊS ≡

- ✓ Sabor delicado e neutro.
- ✓ Grãos unidos, frescos e macios.
- ✓ Textura úmida permite a modelagem durante o preparo.
- ✓ Mantém o mesmo sabor em qualquer temperatura.



≡ PRATO FINO ORGÂNICO INTEGRAL ≡

- ✓ Cultivado em áreas agrícolas selecionadas e certificadas.
- ✓ Maior equilíbrio natural.
- ✓ Rico em fibras.
- ✓ Sempre soltinho.





GÔNDOLA 25 anos! Muito obrigado!

A capa desta edição foi muito fácil de decidir. Como poderia deixar de ser o assunto principal da revista GÔNDOLA o aniversário de 25 anos que a publicação comemora exatamente nesta edição? Inclusive, ao contrário do que faço em todas as edições, não usarei este espaço para fazer indicações de leitura. Será usado exclusivamente para agradecer. Repare que nesta edição nem índice estamos publicando para poder usar este espaço na proporção merecida do agradecimento.

Em primeiro lugar, a você leitor. Sem a sua atenção, GÔNDOLA não teria razão de existir. A missão de GÔNDOLA é auxiliar a Associação Mineira de Supermercados (AMIS) a apoiar, defender e desenvolver o setor supermercadista. Como fonte de atualização, informação e conhecimento, GÔNDOLA tem contribuído para o desenvolvimento de seus leitores, assim como para apoiar e defender o setor. E saber que somos líderes de leitura em Minas nos orgulha sobremaneira. Por isso, caríssimo leitor, muito obrigado.

GÔNDOLA agradece também às lideranças supermercadistas mineiras que, desde as primeiras edições, sempre contribuem atendendo a equipe de jornalismo da revista. Mesmo sob a rotina estafante do dia a dia, o supermercadista mineiro se dispõe a contribuir com as informações que enriquecem as reportagens, assim como com sugestões.

Nosso conteúdo, por várias vezes premiado, é o espelho desta dedicação das lideranças supermercadistas à sua revista. Na capa especial desta edição fazemos a homenagem a 25 supermercadistas que representam outras dezenas ou mesmo centenas de supermercadistas sempre presentes nas páginas de GÔNDOLA nestes 25 anos. Vale lembrar que GÔNDOLA conta com um Conselho Editorial formado por quatro supermercadistas a apoiar as equipes de jornalismo e comercial da revista. Muito obrigado.

Por falar em apoio, GÔNDOLA bateu recordes de páginas e anúncios em 2018 e segue avançando na mesma direção em 2019.

Nada disso seria possível sem a presença de nossos anunciantes. Cientes da grande audiência de GÔNDOLA – cerca de 150 mil leitores todos os meses – as empresas fornecedoras de produtos e serviços para o setor supermercadista estão presentes sempre em grande número na revista, algumas delas por anos consecutivos.

Do mesmo modo que homenageamos na capa especial desta edição os supermercadistas, estamos prestando nossa homenagem aos 25 fornecedores que mais presença tiveram em GÔNDOLA nestes 25 anos. Gostaríamos de destacar outras dezenas ou centenas, mas, por favor, sintam-se todos homenageados. Muito obrigado.

É momento também de agradecer àqueles que contribuem diretamente na produção da revista. Como jornalista que sou seria natural agradecer primeiro à equipe de jornalistas da revista; porém, faço questão de inverter a tendência: receba o nosso muito obrigado a equipe do Departamento Comercial da AMIS. Saibam que vibramos com vocês a cada recorde batido de vendas e com as sugestões sempre pertinentes para que cativemos cada vez mais nossos leitores. Muito obrigado.

Então, por fim, é a vez da equipe de jornalismo. Alguns, assim como eu, atuam em GÔNDOLA desde 2003! São os casos do jornalista Adenilson Fonseca, da designer gráfica Sandra Fujii e do fotógrafo Ignácio Costa. Citando-os, queremos agradecer a todos os jornalistas, fotógrafos, designers, revisores, ilustradores, articulistas e demais profissionais e colaboradores que contribuíram ao longo destes 25 anos e contribuem hoje para aquilo que temos de mais relevante: a credibilidade e a robustez do conteúdo de GÔNDOLA. Muito obrigado.

Que esta seja uma celebração à altura de 25 anos de circulação e que muitas outras estejam a caminho.

Boa leitura, sempre! Muito obrigado!

Giovanni Peres
Editor

Gôndola

Veículo oficial da Associação Mineira de Supermercados (AMIS)



Redação e escritório: Avenida Barão Homem de Melo, 2200 – Estoril – Belo Horizonte – MG – CEP 30.494-080 – Tel. 31 2122 0500

Presidente da Associação Mineira de Supermercados (AMIS) Alexandre Poni (Verdemar) **Superintendente** Antônio Claret Nametala **Revista Gôndola Conselho editorial** Epifânio Parreiras (Decisão Atacarejo), Gilson de Deus Lopes (Supermercado 2 B), Ismael Carrijo (Rede Smart) e Roberto Gosende (DMA) **Editor e jornalista responsável** Giovanni Peres (reg. prof. 03065jp) gperes@amis.org.br – tel.: (31) 2122 0507 **Repórteres** Adenilson Fonseca (adenilson@amis.org.br) e Davidson Lisboa (davidson.lisboa@amis.org.br) **Colaboradores nesta edição** A jornalista Elionice Silva, na reportagem sobre preparação para o fim de ano e o jornalista Fernando Rocha na reportagem relativa ao leite longa vida; e o designer gráfico Rafael Lima, na criação da capa da edição **Fotografia** Ignácio Costa **Designer gráfico** Sandra Fujii **Revisor** Pedro Vianna **Impressão** EGL Editores **Distribuição** EBCT **Publicidade** Paulo Parma (paulo@amis.org.br) tel.: (31) 2122 0526 **Executivos de negócios** Fabiana Carneiro (fabiana.carneiro@amis.org.br) e Lucas Miranda (lucas.miranda@amis.org.br) **Recebimentos de anúncios** Lucas Miranda (lucas.miranda@amis.org.br) tel.: (31) 2122 0528 **Para edições anteriores, problemas no recebimento da revista ou pedidos de inclusão na listagem de destinatários da publicação ou de assinaturas, contate** Luana Rangel – tel.: (31) 2122 0500 (relacionamento@amis.org.br)

A ESCOLA SESI MUDA A HISTÓRIA DO SEU FILHO.



OFICINAS DE
ROBÓTICA



Arthur - Sesi Leonor Franco
Filipe - Sesi Itaúna
Maísa - Sesi Benjamin Guimarães
Gabriel - Sesi Mariza Araújo COMAR
@sesimg - Acesse e conheça as histórias reais

ENTRE AS MELHORES ESCOLAS NO ENEM.

PROCURE A ESCOLA MAIS PRÓXIMA DE VOCÊ.

escolas.sesimg.com.br

SESI FIEMMG



GÔNDOLA, 25 ANOS! PARABÉNS!



Alexandre Poni
Presidente do Conselho
Diretor da AMIS

São 25 anos de serviços prestados aos supermercados de Minas e do país, que comemoramos nesta edição da revista GÔNDOLA. Temos entre nós uma publicação reconhecida como uma das mais importantes do Brasil em seu segmento e que desde 1994, mês a mês, leva a informação e o conhecimento que promovem o desenvolvimento da empresa supermercadista, de seus colaboradores e de todo o trade do setor.

É uma missão que a revista GÔNDOLA recebeu em 1994, quando foi criada e, que, desde então, vem cumprindo com grande sucesso.

Com tiragem média de 18 mil exemplares, presença nacional e liderança absoluta em Minas Gerais, GÔNDOLA orgulha os supermercadistas mineiros e brasileiros. São 25 anos de dedicação que a consolidaram como referência de qualidade informativa e credibilidade entre seus leitores, tornando-se também um canal comercial privilegiado para diversas marcas se comunicarem com o mercado mineiro.

No ano passado, por exemplo, GÔNDOLA bateu recordes de números de páginas e de anunciantes, e segue com o mesmo desempenho em 2019, contrariando o senso comum de que a mídia impressa estaria sob risco de continuidade como canal provedor de informação e incentivador de conhecimento e negócios.

Neste ponto, vale lembrar que GÔNDOLA também é distribuída na versão eletrônica, atendendo a outros milhares de leitores. Estima-se que mais de 150 mil pessoas, todos os meses, têm acesso ao conteúdo que tanto tem apoiado o desenvolvimento do setor, seja na edição impressa ou na eletrônica.

Por isso, quero trazer aqui meu agradecimento a todos aqueles que atuam diretamente na produção da revista. São pro-

fissionais que colocam seu talento a serviço de GÔNDOLA. À equipe de jornalistas, devemos um conteúdo que atrai e bem informa às centenas de milhares de leitores por edição. À equipe de vendas e aos seus clientes anunciantes, agradecemos por trazerem para a revista os recursos que a mantêm sustentável há



25 anos.

Não podemos nos esquecer também dos dirigentes da AMIS que lançaram a revista em 1994 e a todos os seus sucessores, pela contribuição para a longevidade desta publicação. E, de modo muito especial, o nosso obrigado a todos os leitores, razão de existir de GÔNDOLA. Que outras gerações de leitores possam usufruir desta grande aliada do supermercadista e de todo o *trade* como temos feito nos últimos 25 anos.

Parabéns, GÔNDOLA!

GENTE NOSSA

ETAPA SUPERMERCADISTA

EM NOVEMBRO, CONHECEREMOS AS EMPRESAS SUPERMERCADISTAS DESTAQUES DE 2019.

AGUARDE!

CATEGORIAS DEFINIDAS ATRAVÉS DA PESQUISA JUNTO AOS FORNECEDORES - ASSOCIADOS AMIS E GANHADORES DO TROFÉU GENTE NOSSA - ETAPA FORNECEDOR:

EMPRESAS SUPERMERCADISTAS DO INTERIOR - CONFORME CATEGORIAS

- i. Ind**
- lojas**
- II.**
- III.**
- IV.**
- V.**
- VI. Gerente de**
- interior**

EMPRESAS SUPERMERCADISTAS DA GRANDE BH - CONFORME CATEGORIAS

- vii. Independente - 1 ou**
- lojas**
- viii. Independente - 3 a 5**
- lojas**
- IX. Média Rede - 6 a 20**
- X. - 21 ou mais lojas**
- XI. mercado - área**
- superior a**
- XII.**
- XIII.**
- XIV.**
- negócios**
- xv. Atacarejo**

CATEGORIAS DEFINIDAS PELA AMIS

- i. Sucessor**
- supermercadista**
- ii. Vice-presidente**
- regional da AMIS**
- iii. Personalidade ou**
- instituição ou parce**
- destaque**
- iv. Empresas**
- supermercadistas**
- mineiras de destaque**
- nacional - TOP 20**
- BRASIL**

Acesse o regulamento completo no site:

PORTALAMIS.ORG.BR

Realização:

AMIS
Associação Mineira de Supermercados



Av. Barão Homem de Melo, 2.200.
Bairro Estoril
Belo Horizonte
CEP: 30494-080
Tel/fax: (31) 2122-0500
www.amis.org.br
amis@amis.org.br

CONSELHO SUPERIOR

Ronosso Pereira Neves
Presidente do Conselho Superior
Mart Minas
Contagem
(31) 3519-9017

CONSELHO DIRETOR

Alexandre Poni
Presidente
Verdemar Supermercado e Padaria
Belo Horizonte
(31) 2105-0101

Jovino Campos Reis
Vice-Presidente do Interior
Supermercados Bahamas
Juiz de Fora
(32) 3249-1013

Gilson de Deus Lopes
Vice-presidente da Capital
Supermercado 2B
Belo Horizonte
(31) 3334-4813

Stephane Frantz Emmanuel Engelhard
Vice-Presidente de Expansão do
Quadro Social
Carrefour
Belo Horizonte
(11) 3779-6333

Walter Santana Arantes
Vice-Presidente de Relações
Públicas e Consumidores
Epa Plus / Mineirão
Belo Horizonte
(31) 3389-5569

Waldir Rocha Pena
Vice-Presidente de Relações com
Autoridades e Entidades de
Classe
Supermercados BH
Belo Horizonte
(31) 3427-9612

Epifânio de Prado Parreiras Júnior
Vice-Presidente de Tecnologia e
Sustentabilidade
Decisão Atacarejo
Belo Horizonte
(31) 3207-9005

Euler Fuad Nejm
Vice-presidente de Mídias e
Grandes Empresas
da Capital e Região Metropolitana
Super Nosso/ Apoio Mineiro
Contagem
(31) 3359-3301

Carlos Ernesto Topal Ely
Vice-Presidente de Centrais de Negócios
Walmart Brasil
Contagem
(11) 2103-5606

Roberto de Mattos Gosende
Vice-Presidente de Eventos
e Recursos Humanos
Epa Plus / Mineirão
Belo Horizonte
(31) 3389-9469

Navarro Agostinho Cândido
Vice-presidente Administrativo,
Financeiro e Patrimonial
Supermercado Superluna
Betim
(31) 3512-4580

Ivo José de Castro
Vice-Presidente de Pequenas
Empresas da Capital e Região
Metropolitana
Supermercado Super Vivo
Belo Horizonte
(31) 3442-4177

Cézar Roberto da Silveira
Vice-Presidente de Pequenas
Empresas do Interior/Centrais de
Compras
Supermercado Silveira
Barbacena
(31) 3343-3660

Júlio César de Oliveira
Vice-Presidente de
Desenvolvimento de Serviços
Bretas Cencosud
Ribeirão das Neves
(31) 3343-3660
Matheus Pereira de Souza Neves
Vice-Presidente de
Relações com Fornecedores
Mart Minas
Contagem
(31) 3519-9000

Paulo Roberto dos Santos Pompílio
Vice-Presidente de
Abastecimento
Extra
Belo Horizonte
(11) 3779-6333

Raimundo Eustáquio Drumond Alves
Vice-Presidente de
Mídias e Grandes Empresas
do Interior
Supermercados Rex
Lavras
(35) 3694-1900

SUPLENTES DO CONSELHO DIRETOR

Bruno Santos de Oliveira
Supermercados BH
Belo Horizonte
(31) 3117-2600

Carlos Henrique Guedes Reis
Supermercado Bahamas
Juiz de Fora
(32) 3249-1013

Gustavo de Souza Barreto Trindade
Supermercados ABC
Divinópolis
(37) 3512-9441

Hallison Ferreira Moreira
Verdemar Supermercado e Padaria
Belo Horizonte
(31) 2105-0101

Jurandir Gomes da Silva
Walmart Brasil
Contagem
(31) 3221-0110

Paulo Sérgio Moreira dos Santos
Extra
Belo Horizonte
(31) 98492-3849

Rodolfo Kayser Nejm
Super Nosso / Apoio Mineiro
Contagem
(31) 3359-7909

CONSELHO FISCAL EFETIVO

Alexandre Machado Maromba
Casa Rena
Itaúna
(37) 3241-1844

José Libério de Souza
Supermercado Josyldo
Divinópolis
(37) 3229-1350

Rodrigo Cichovicz Ferreira Neves
Mart Minas
Contagem
(31) 3519-9000

VICE-PRESIDENTES REGIONAIS

Antônio Ferreira Barbosa
Barbosa Extra Supermercados
Araxá
(34) 3664-1100

Diego Marcel
Supermercado Mega Tejtão
Araguari
(34) 3249-8098

Paulo José Israel Azevedo
Supermercado do Paulinho
Bambuí
(37) 3431-1209

André Silveira
Supermercado Silveira
Barbacena
(32) 3331-6495

Fábio Teixeira Campos
Supermercado Fidelis
Bom Despacho
(37) 3522-1010

Carlos Alberto Ferreira Freire
Supermercados Real
Campo Belo
(35) 3832-7400

Gervásio Alves da Cruz
Supermercado Farnetze
Capelinha
(33) 3516-1461

Thiago Miranda
Miranda Supermercados
Carangola
(32) 3741-2668

Ary Soares Silva
Supermercado do Irmão
Caratinga
(33) 3321-7171

Luciano Teixeira Gonçalves
Dito Supermercado
Cláudio
(37) 3381-5280

Flávio Luiz Lana
Supermercado Brasil
Conselheiro Lafaiete
(31) 3761-2644

Edson Palhares Jr.
Supermercado Paizão
Curvelo
(38) 3721-7799

Gilson Teodoro Amaral
Supermercado Candides
Divinópolis
(37) 3229-1200

Milton Kurihara
Supermercado Kurihara
Extrema
(35) 3435-1414

Josely Lima
Supermercado Kit-Sacolão
Formiga
(37) 3322-1510

José Mário Bernabé
Supermercado JB
Frutal
(34) 3421-1300

Luciano Nunes de Miranda
Big Mais Supermercados
Governador Valadares
(33) 3212-7550

Aginaldo Jair Ferreira
Supermercado Três Irmãos
Guanhães
(33) 3421-1179

Adilson Yukishigue Suda
Consul
Ipatinga
(31) 3824-5150

Wagner Rocha de Castro
SD Mais Supermercados
Itaguara
(37) 3381-2261

Dolores Antônia Fonseca
Supermercado Faria
Itapacerica
(37) 3341-1360

Roney A. Mendes Silva
Casa Rena
Itaúna
(37) 3242-1844

Wesley Oliveira Abreu Mendes
Dona Ninha Empório
Janaúba
(38) 3821-1165

Julia Maria Barcelos
Hipermercado Comercial Monlevade
João Monlevade
(31) 3852-4411

Hebert Lever José do Couto
Supermercado Líder
João Pinheiro
(38) 3561-1618

Álvaro Pereira Lage Filho
Supermercado Bahamas
Juiz de Fora
(32) 3249-1013

Roberto Carlos Miranda
Supermercado Prado & Miranda
Lagoa da Prata
(37) 3261-7533

Júlio Antônio Carraro Mendonça
Fonte Supermercados
Leopoldina
(32) 3441-4820

Paulo César Nogueira Gomes
Supermercado Paxá
Manhuaçu
(33) 3331-1402

Mauro Lúcio Vidal
Supermercado Vidal
Manhumirim
(33) 3341-1851

Felipe Coelho Pires Valente
Hipermercado Valente
Mantena
(33) 3241-2132

Fernando Almeida Cordeiro
Supermercado Ki Jóia
Monte Carmelo
(34) 3842-2341

Ricardo Alencar Dias
Center Pão Supermercados
Montes Claros
(38) 3212-2661

Geraldo Vitor da Cruz
Armazém do Povo
Nova Lima
(31) 3541-5464

Valter Amaral Lacerda
Mac Supermercados
Nova Serrana
(37) 3226-9800

Ringley José de Faria Cançado
Super Sô
Papagaio
(37) 3274-1210

Geraldo Magela Jacinto Martins
Supermercado Paraense
Pará de Minas
(37) 3232-1332

Carlos Alberto Kraemer
Coopervap
Paracatu
(38) 3679-8896

Jerônimo Pereira Machado
Supermercado São Jerônimo
Passos
(35) 3529-6200

Rogério Luciano Oliveira
Moderno Supermercados
Patos de Minas
(34) 3821-2060

João José de Melo
Stalo Supermercados
Piumhi
(37) 3322-0250

Márcio Roberto de Oliveira
Supervale Supermercados
Poços de Caldas
(35) 3714-2050

Eduardo Ferreira dos Santos
Supermercado Ki-Bocada
Pompéu
(37) 3523-1898

Fernando Folchito Maglioli
Supermercados Alvorada
Pouso Alegre
(35) 3421-0490

Daniela Souza Mendes
D'Itália Supermercados
Salinas
(38) 3841-1216

Cláudio Fonseca Caetano
Supermercado Rei do Arroz
Santos Dumont
(32) 3251-3397

Eduardo José Berço
Supermercado Bergão
São João Del Rei
(32) 3372-2154

Luciano Nogueira Fernandes
Supermercado Carrossel
São Lourenço
(35) 3339-3060

Luiz Antônio Tonin
Supermercado Tonin
São Sebastião do Paraíso
(35) 3539-3344

Antônio Roberto Reis Bastos
Hipermercado Santa Helena
Sete Lagoas
(31) 3779-5800

Ronaldo José Pimenta da Silva
Hipermercado Tia Teca
Teófilo Otoni
(33) 3529-2601

Rogério Tiago do Nascimento
Supermercado Esquinhão
Tiradentes
(32) 3355-2447

Gustavo João Roberto Gorgulho Franco
GF em Casa
Três Corações
(35) 3239-5000

Francisco Assis F. Carvalho
Supermercado Super Kiko
Três Pontas
(35) 3265-2522

Eron José Vieira
Supermercado Vieirão
Ubá
(32) 3531-5385

Matusalém José Alves
Zebu Carnes Supermercados
Uberaba
(34) 3319-0652

Milson Borges dos Santos
Super Maxi Supermercados
Uberlândia
(34) 3230-8908

Alberto Valadares Cavalcanti
Comac
Urucuiá
(38) 3634-9120

SUPERINTENDÊNCIA

Antônio Claret Nametala
Superintendente
(31) 2122-0500

Esquinão investe R\$ 10 mi em modernização de lojas e mudança do CD

Ao final de setembro, o supermercado Esquinão estava concluindo sua mudança para um novo centro de distribuição (CD). Um local que vai facilitar a logística entre as lojas, já que está situado na rodovia BR 265, praticamente no trevo para as três cidades onde a empresa tem lojas. “Estamos mudando para um espaço bem melhor e um ponto estratégico”, informa o sócio-proprietário da empresa Rogério Nascimento.

O novo CD está localizado estrategicamente para atender as cinco lojas da rede. Sediado em São João Del Rey, onde opera três unidades, O Esquinão tem mais duas filiais, uma em Tiradentes e outra em Santa Cruz de Minas. O novo CD, com 3,7 mil metros quadrados, incluindo 800 metros de câmara fria, vai ancorar o crescimento da rede que passa por reformas e ampliação das lojas atuais e com previsão de novos empreendimentos.

Uma das lojas recém reformadas foi a do bairro Fábrica, que passou de 700 metros para 1,2 mil de área de venda. A reforma visou, principalmente, à expansão das seções de açougue, hortifrutigranjeiros e padaria. O leiaute interno também foi todo reformulado. “Estamos aumentando o mix e a qualidade no atendimento devido à expansão da loja”,

disse Nascimento.

Segundo ele, a empresa vem modernizando as unidades e investindo também em novos pontos de venda. Ainda neste ano, a cidade de Santa Cruz receberá uma nova unidade e, avisa Rogério, será “moderna, ampla... Será a nossa melhor e maior loja até o momento”. Serão cerca de 1,4 mil metros quadrados de área de venda.

O total de investimentos da empresa durante o ano de 2019 foi de R\$ 10 milhões, incluindo a nova loja em Santa Cruz, o novo CD e as reformas. O ano de 2020 será de novos aportes, principalmente em abertura de unidades.



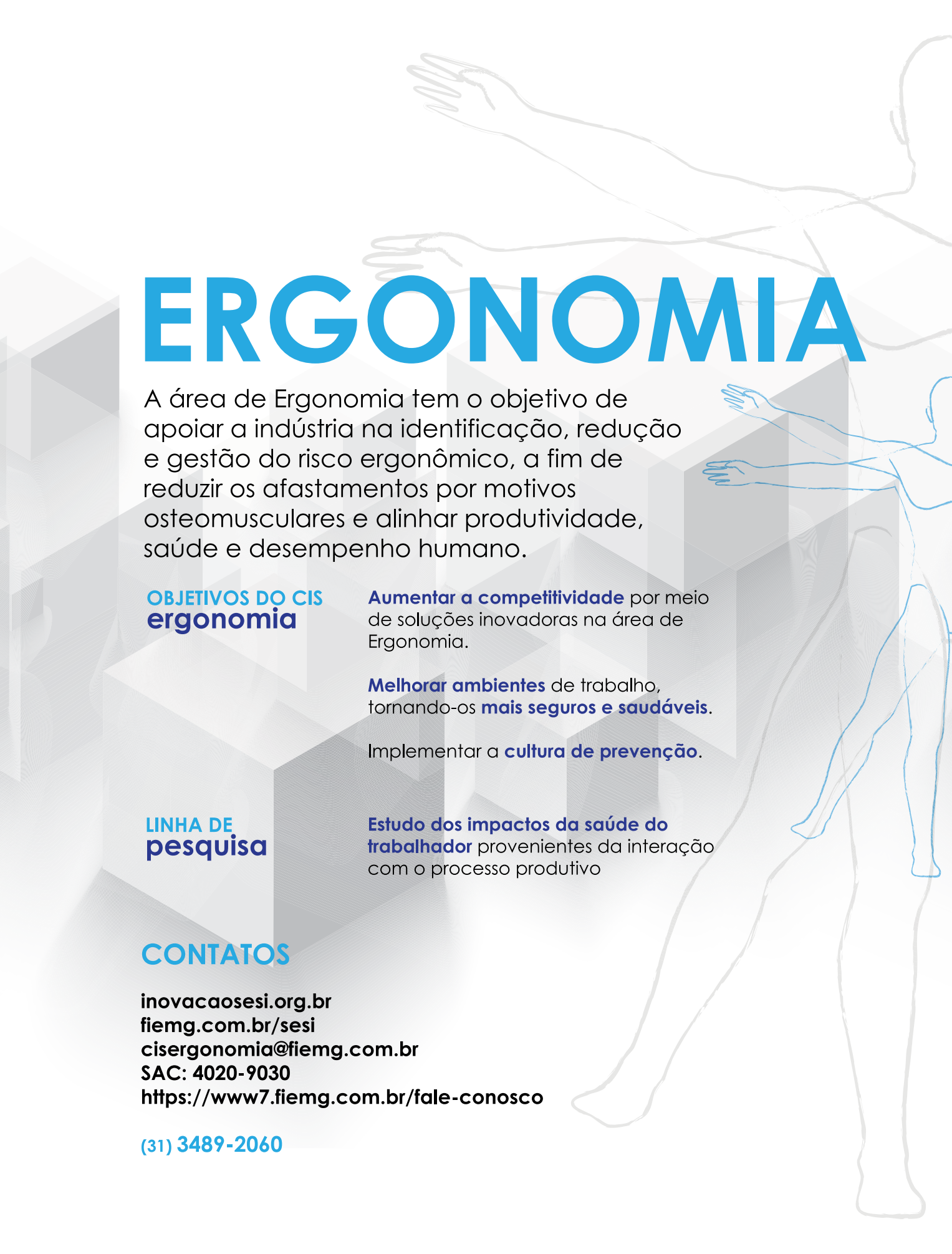
Carrefour negocia compra do Makro no Brasil

O grupo Carrefour teria interesse na aquisição da operação brasileira do Makro Atacadista. A informação foi veiculada pelo jornalista Lauro Jardim, em setembro, na coluna que assina no jornal O Globo. Segundo o jornal, a negociação gira em torno de R\$ 5 bilhões. De origem holandesa, o Makro está no Brasil desde o início da década de 1970, e opera atualmente 68 lojas em território nacional.

A rede atacadista sofre forte concorrência no País de bandeiras de cash & carry, como Assaí, pertencente ao GPA e Atacadão, do próprio Carrefour, além das operações re-

gionais do formato. Analistas de mercado consideram que o Makro demorou para agir diante do avanço do atacarejo nos últimos anos. Somente em 2018 a empresa migrou oficialmente sua operação para esse modelo, divulgando em campanha de mídia que não atende somente pessoa jurídica, mas também o consumidor final.

No início deste ano, o Makro fechou seis lojas no Brasil, sendo duas na cidade de São Paulo e as outras em Aracatuba (SP), Contagem e Juiz de Fora (MG) e Cambé (PR). Na América do Sul, a rede conta com unidades também na Argentina, Venezuela, Colômbia e Peru.



ERGONOMIA

A área de Ergonomia tem o objetivo de apoiar a indústria na identificação, redução e gestão do risco ergonômico, a fim de reduzir os afastamentos por motivos osteomusculares e alinhar produtividade, saúde e desempenho humano.

OBJETIVOS DO CIS ergonomia

Aumentar a competitividade por meio de soluções inovadoras na área de Ergonomia.

Melhorar ambientes de trabalho, tornando-os **mais seguros e saudáveis**.

Implementar a **cultura de prevenção**.

LINHA DE pesquisa

Estudo dos impactos da saúde do trabalhador provenientes da interação com o processo produtivo

CONTATOS

inovacaosesi.org.br
fiemg.com.br/sesi
cisergonomia@fiemg.com.br
SAC: 4020-9030
<https://www7.fiemg.com.br/fale-conosco>

(31) 3489-2060



CENTRO DE INOVAÇÃO SESI

ERGONOMIA

O Centro de Inovação Sesi (CIS) em Ergonomia faz parte de uma rede de nove centros de inovação, com atuação nacional e especialidades em áreas transversais em SST.



BAHIA
PREVENÇÃO DA
INCAPACIDADE

CEARÁ
ECONOMIA PARA
SAÚDE E SEGURANÇA

MATO GROSSO DO SUL
SISTEMA DE GESTÃO EM SST

MINAS GERAIS
ERGONOMIA

PARANÁ
LONGEVIDADE
E PRODUTIVIDADE

RIO DE JANEIRO
HIGIENE OCUPACIONAL

RIO GRANDE DO SUL
FATORES PSICOSSOCIAIS

SÃO PAULO
ESTILO DE VIDA

SANTA CATARINA
TECNOLOGIA PARA A SAÚDE

inovacaosesi.org.br

SESI FIEMG

Supermercados Rei do Arroz reforça campanha para reduzir consumo de sacolinhas descartáveis

O supermercado Rei do Arroz, de Santos Dumont, iniciou em setembro ação na área de sustentabilidade para reduzir o uso de sacolas plásticas descartáveis e, ao mesmo tempo, estimular a adoção de sacolas retornáveis, também chamadas de ecobags. As retornáveis ganharam estampas escolhidas por meio do site artistasdobrasil.com, onde passam por um processo de seleção, e por fim, são comercializadas a preços acessíveis nas lojas Rei do Arroz.

O diretor do Rei do Arroz, Cláudio Caetano, destaca que

a empresa é preocupada com a sustentabilidade, sabe dos impactos que as sacolas plásticas provocam ao meio ambiente e que esta é uma forma de educar o cliente por meio da conscientização do uso das sacolinhas plásticas descartáveis. “A implantação das ecobags reforça a nossa ação para redução do uso das sacolinhas plásticas descartáveis, pois além da preocupação com o meio ambiente, devemos nos preparar para o futuro dos supermercados sem sacolinhas e, desde já, educar os nossos clientes”, destaca o diretor.

Rede Uai de Supermercados realiza 2ª edição do encontro com fornecedores

A Rede Uai de Supermercados, central de negócios com 52 lojas na Zona da Mata mineira, realizou em setembro, um encontro com mais de 150 fornecedores e associados. O evento ocorreu em Muriaé, cidade sede da central. Essa foi a segunda edição do encontro, que teve como objetivo a prestação de contas aos fornecedores que investiram em ações de marketing na Rede durante o primeiro semestre.

O “Encontro Mágico”, como é intitulado, foi conduzido pelo consultor da LCM Consultoria, Leonardo Silva Marujo. Uma das atrações foi a apresentação do mágico empresarial Marcelo Labarrere Vieira, que divertiu os participantes com truques de mágica enquanto reforçava a importância de parcerias concretas entre fornecedores e a rede.

Presente em 36 cidades da região, a Rede Uai é uma das principais e mais tradicionais centrais de negócios de Minas Gerais. De janeiro a agosto deste ano, apresentou um crescimento em faturamento de mais 10%.



Ambev vai revender Red Bull no Brasil

A Superintendência-Geral do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) aprovou, em setembro, sem restrições, ato de concentração de Ambev e Red Bull do Brasil, que consiste na celebração de um contrato de distribuição entre as duas empresas, por meio do qual a Ambev distribuirá ou revenderá bebidas energéticas da Red Bull em determinados pontos de venda no território nacional. Segundo informaram Ambev e Red Bull

ao Cade quando da formalização da operação, em abril deste ano, a transação tem como objetivo “aliar a capilaridade, capacidade, rotas de distribuição e *expertise* da Ambev no mercado de bebidas, com o interesse da Red Bull em expandir a distribuição de suas bebidas energéticas no Brasil. Além disso, as partes entendem que a operação representará, para a Ambev, a oportunidade de distribuir uma marca com envergadura internacional.”

Pif Paf Alimentos conquista habilitação para exportar para a China

A Pif Paf Alimentos conquistou, em setembro, a habilitação para exportar para a China. A unidade de Visconde do Rio Branco (MG) está na lista de 25 plantas frigoríficas brasileiras que poderão vender carnes para o mercado chinês, conforme divulgação feita pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). A empresa é a única mineira aprovada e cumpriu todas as exigências necessárias para embarcar cortes de frangos para o país asiático.

A conquista é motivo de muita comemoração para a Pif Paf, que buscava essa abertura desde 2012, quando a planta recebeu a visita das autoridades sanitárias chinesas. A China é, hoje, o principal importador de carnes de frangos do Brasil. De janeiro a julho deste ano, comprou 13% do volume e 17% da receita total. Em 2019, a Pif Paf já obteve habilitações para o México e o Canadá. Atualmente, exporta para mais de 20 países.

Bread & Life
O Futuro da Panificação

www.breadelife.com.br

Mais de 100 variedades de produtos congelados!

Entre em contato com nosso Departamento Comercial e seja nosso parceiro.

31 3592.1223 | 31 99342.1742 | 31 98756.7656 

comercial@breadelife.com.br



FORTALECIMENTO do setor

COM DISCUSSÃO DE DIVERSOS SOBRE O SETOR, SEVAR DA ZONA MATA REÚNE LIDERANÇA EM DOIS DIAS DE ATUALIZAÇÃO PROFISSIONAL, NEGÓCIOS E RELACIONAMENTO EMPRESARIAL

Adenilson Fonseca

Recorde de expositores, com 63 estandes, e uma programação voltada para as diferentes demandas de atualização profissional. Assim o Super Encontro Varejista (Sevar) da Zona da Mata encerrou a série de eventos da AMIS no interior em 2019. Nos dias 28 e 29 de agosto, 2,7 mil participantes, especialmente do varejo supermercadista e da panificação, prestigiaram o evento em Juiz de Fora. Uma participação que, para o vice-presidente da

AMIS na cidade, Álvaro Pereira Lage, “superou as expectativas”.

Como um dos principais organizadores do Sevar ele avalia que, tanto de empresários quanto de profissionais, o número de participantes foi bem acima do previsto, com base eventos anteriores. “Eu vejo que é uma oportunidade de relacionamento, de união e de fortalecimento do segmento. Acho que a palavra-chave seria: ‘fortalecimento’ do setor”.





Ele diz que foi mais uma conquista, com um evento que surpreendeu pelo público em geral. Mas o número de diretores, especialmente no Encontro de Lideranças, mais um item da programação também foi elogiado por Lage, pela presença de empresários das mais diversas empresas. “Todos bastante envolvidos, com assuntos bem pautados e discussões de temas realmente atuais no nosso segmento. Acho que foi muito bom”, avalia.

Álvaro anotou “uma série de observações” dos participantes, varejistas e fornecedores, e diz que só ouviu elogios. “Todos realmente falaram muito bem das palestras, da presença dos supermercadistas na feira. Os fornecedores elogiaram bastante as visitas aos estandes”, disse o vice-presidente da AMIS, que é executivo do Grupo Bahamas.

E registrou também muitos elogios ao *Circuito Mineiro de Compras Sociais*, um projeto de apoio ao pequeno empreendedor numa parce-



ria da AMIS com o Sebrae e o Governo de Minas. “Neste ano, tivemos as grandes lideranças do setor na região visitando o Circuito”, afirma.

57 CIDADES

De fato, representantes de empresas de 57 cidades estiveram no Sevar. Um deles foi o gerente do Supermercado Central, de Rio Pomba, Paulo Pereira, que avaliou como “um evento espetacular” e que “vem crescendo a cada ano”. Ele ressaltou que o Sevar reuniu muitas empresas de fora, como de São Paulo e de Belo Horizonte, o que, na sua avaliação, só tem a



O superintendente da AMIS, Antônio Claret Nametala; o vice-presidente da AMIS em Juiz de Fora, Álvaro Lage; o sócio-fundador do Grupo Bahamas, Paulo Roberto Lopes; o diretor regional do Bretas/Cenconsud, Roberto Mariano e a gerente Edna Silva

acrescentar ao segmento supermercadista na região. “É uma coisa maravilhosa; está muito bem montado, com a presença de supermercadistas, gerentes, fornecedores; uma feira muito boa. Realmente adorei” disse.

Pereira avaliou também a programação do Sevar do ponto de vista de desenvolvimento profissional e o que o encontro significa para o varejo. “Acho que toda palestra é de proveito; a gente tira muita coisa importante. Esse evento tem que continuar. Engrandece os supermercadistas e as pessoas que trabalham em supermercados; é muito importante”, reforça.

PAIS E FILHOS

O sócio-proprietário do Supermercado Pais e Filhos, de Juiz de Fora, Marco Antônio Fernandes, parabenizou a AMIS por “mais um ano de sucesso”

do Sevar e falou do motivo de estar no encontro. “Eu faço questão de participar do Sevar todos os anos, porque é muito importante para gente, também. No relacionamento com outros supermercadistas e, claro, com a própria AMIS. A gente quer mais afinidade, estar mais próximo; isso é muito relevante para nós e para o nosso setor”, analisa.

Ele destacou também a reunião de lideranças, por tratar de assuntos que fortalecem o setor junto a órgãos de fiscalização e empresas privadas que prestam serviços para o segmento. “Essa integração na reunião de lideranças é muito importantes porque mostra que precisamos muito dessa união. Apesar de estarmos no mesmo ramo, não podemos nos encarar como inimigos. Somos concorrentes, mas não somos inimigos. Estamos juntos no mesmo barco e a experiência de um ajuda o outro”, detalha.

Quanto às palestras, Fernandes avalia que sempre tem alguma coisa nova, e quem não vai “com certeza” está perdendo. “Eu sempre falo que pode ser um dia comum na nossa vida, quando a gente vai chegar para trabalhar e ir embora à noite, ou pode ser um dia diferente, quando a gente vai para um Sevar adquirir conhecimento e relacionamento. De repente, com uma simples frase que você ouve numa palestra, tudo pode mudar na sua vida. Mudar sua forma de pensar, a forma de gerir sua empresa”, pontua.

Ele cita a palestra sobre prevenção de perdas, já que esse tema – alerta – tem que ser olhado da mesma forma que se olha a margem de lucro. Mas Fernandes destaca também as outras palestras como “muito importantes”.

Para Fernandes, participar do Sevar é também uma questão de respeito aos fornecedores. “Porque eles investem dinheiro, tempo, equipe, para nos esperar. Então eu faço questão de ir nos dois dias, participar, visitar os estantes e, é claro, também se houver a condição, fazer bons negócios”. Fernandes observa que o comprador consegue fazer bons negócios durante o Sevar, porque o fornecedor, muitas vezes, tem condições diferenciadas especialmente para o evento. Essa é a hora de não perder oportunidade. “Tem uma frase de



que eu gosto muito, que é: 'se você não tem uma estratégia, você faz parte da estratégia de alguém'. Então, é melhor que a gente procure ter as nossas estratégias", alerta.

Ao final, Álvaro Lage agradeceu a presença dos empresários e profissionais. "A participação de todos foi muito legal. Só recebi elogios", ressalta. "Agradeço ao pessoal da AMIS, aos amigos vice-presidentes regionais, às lideranças supermercadistas e fornecedores, patrocinadores, enfim, o público-alvo, por ter feito deste evento um grande sucesso."

Já pensando no Sevar de 2020, ele avalia que o segmento varejista da região, especialmente o supermercadista, é "muito forte e com bastante união" o que, afirma, dá condições de fazer um evento ainda maior nos próximos anos.

REUNIÃO DE DIRETORIA

A primeira atividade da programação do evento foi o almoço, seguido de reunião de lideranças supermercadistas. Essa reunião tem por objetivo discutir os principais temas que afetam o varejo supermercadista na região. Os participantes são diretores, executivos e gestores das empresas, já que o foco são os assuntos estratégicos do setor. É uma oportunidade também para a direção da AMIS levar

— **Pãezinhos** —
100% INTEGRAIS

É tendência no mundo!
 Lanches saudáveis fazem cada vez mais parte da rotina do consumidor. Leves e muito macios, os Pãezinhos Vale do Sol são feitos 100% com farinha integral.

A escolha certa para seus clientes.


Vale do Sol®

NATURISTA®

FONTE DE FIBRAS

0% GORDURAS TRANS

SEM LACTOSE

DISPONÍVEIS NOS SABORES:

- CASTANHAS E NOZES;
- CACAU E MEL;
- UVA-PASSA;
- CEBOLA.



CIBAM Design

Tel.: (31) 3486-6738 - www.paovaladosol.com.br

ao conhecimento dos participantes as principais decisões em que a Entidade está envolvida.

VISITA

Outra forma de interação e conhecimento para os participantes do Sevar foi a visita técnica à loja do Hortifrúti, em Juiz de Fora. A equipe de visitantes foi recebida pelo gerente regional/RJ da empresa, Leonardo Gonçalves, e pelo gerente de loja, Tiago Medeiros Lima. Aberta no início deste ano, essa é a primeira loja da rede Hortifrúti em Minas Gerais. No total, são 58 unidades nos estados do Espírito Santo, Rio de Janeiro e em São Paulo.



O Sevar da Zona da Mata recebeu caravanas formadas em vários municípios da região

NOVO VPR

Durante a cerimônia de abertura do Sevar, o Superintendente da AMIS, Antônio Claret Nametala, deu posse a mais um vice-presidente regional da Entidade. Rogério Tiago do Nascimento é, oficialmente, representante da Associação em Tiradentes. Ele é sócio-proprietário do supermercado Esquinão, com três lojas em São João Del Rei, uma em Tiradentes e outra em Santa Cruz de Minas.

PROGRAMA VIDA

Durante o Sevar foi realizada uma campanha de arrecadação de alimentos. Foram arrecadados cerca de 900 quilos de alimentos e produtos de limpeza e de higiene pessoal doados, principal-

mente, pelas empresas expositoras. Os doativos foram entregues pelo Superintendente da AMIS, Antônio Claret Nametala, à representante da Casa São Camilo de Lelis, entidade assistencial de Juiz de Fora. Esse trabalho de apoio às instituições beneficentes faz parte do **Programa Vida**, que coordena as ações sociais da AMIS.

RELAÇÃO DE EXPOSITORES

O Sevar da Zona da Mata teve como expositores ou patrocinadores as seguintes empresas: Avanço Informática; Bolos e Congelados Moxuara; Bralyx; Campo Bom; Condimentos Portuense; Copapa; Cotrisel/Arroz Sepé; Cruzeiro do Sul Alimentos; DM Card; Duduxo Alimentos; Ebes-Empresa Brasileira de Energia Solar; Ecobrisa; Embalando Lixo; Empilhatec Soluções; Gioca Indústria e Comércio; Ice Bom; Igarapé; Cervejaria Albanos; Inprol; Kingspan; Laticínios Porto Alegre; Leite Quatá; Linear Sistemas; Maia Brasil; Marquespan; Nelly Cafés Especiais; Nutriway; Pão Vale do Sol; PDV Representações; Penatec; Pif Paf; Produtos Anchieta; Qualiseg; Rede Minipreço; Refiate; Rotoplast Climatizadores; Sabor Condimentos; Saudali; Sebrae; Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico; Sensação de Minas; Softcom Tecnologia; Temperatta; Torp; Tozzi; Trigo Arte & Cia; Unidade VR Uberlândia.

CMCS

O Sevar ofereceu também um espaço para os pequenos empreendedores. Eles fizeram parte do *Circuito Mineiro de Compras Sociais*, projeto que é uma parceria da AMIS, Sebrae e Governo de Minas como forma de aproximar os pequenos negócios das empresas supermercadistas.

Empreendedores participantes: Ahobero; Alternativus; Mineirisse Biscoitos Artesanais; Cadiquim Biscoitos Caseiros; Café Caramelo; Café da Gruta da Liberdade; Café dos Reis; Capril Santa Fé; Castelo do Café; Kombucha Flora Viva; Laticínios Sabor da Roça; Minas em Sabor; Produtos Artesanais Damorena; Queijaria da Zezé; Sítio do Catumba Produtos Orgânicos; Temperos Prático e Verdurinha Brotos e Erva. 🛒



Prazos e problemas nos sistemas da NFC-e da SEF/MG PREOCUPAM SUPERMERCADISTAS

Em fevereiro a SEF/MG publicou a resolução nº 5.234/19, estabelecendo a obrigatoriedade de emissão da Nota Fiscal de Consumidor Eletrônica (NFC-e), bem como os prazos para implantação e para a substituição das formas atuais de emissão do comprovante fiscal.

Para a atividade varejista, os prazos aplicáveis para a implementação da NFC-e, de acordo com a receita anual do contribuinte no ano de 2018, foram os seguintes:

- 01/04/19 – contribuintes com receita superior a 100 milhões de reais
- 01/07/19 – contribuintes com receita entre 15 e 100 milhões de reais
- 01/10/19 – contribuintes com receita entre 4,5 e 15 milhões de reais
- 01/02/20 – demais contribuintes

Para permitir uma transição entre o uso do ECF e da NFC-e, foi facultada pelo fisco a utilização de ECFs já autorizados pelo prazo máximo de 9 meses, contados: a) da data inicial da obrigatoriedade - conforme prazos acima -; ou b) da data credenciamento da empresa para emissão da NFC-e, o que ocorrer primeiro. Se, após 60 dias do término do prazo de 9 meses, o contribuinte não providenciar a cessação do uso dos ECFs, estes terão suas autorizações automaticamente canceladas, sendo todos os Cupons e Notas Fiscais de venda ao consumidor – modelo 02 posteriores considerados falsos.

Além dessa questão, associados da AMIS que já emitem NFC-e vêm apontando inconsistências e desafios que, se não tratados de forma correta e a tempo, podem gerar penalidades e até mesmo suspender temporariamente a operação das lojas, uma vez que a NFC-e somente é considerada um documento fiscal válido após a efetiva e correta transmissão eletrônica do arquivo digital à SEF/MG.

"A AMIS, inclusive, fornece assistência jurídica e está à disposição de seus associados"

Assim, quando houver problemas técnicos que impeçam a correta transmissão dos arquivos da NFC-e e o retorno da SEF/MG, o contribuinte poderá operar em contingência, mas deverá regularizar as situações e problemas nos prazos definidos na legislação, que vão de 68 horas até 30 minutos após a ocorrência do erro ou restabelecimento do sistema, sob pena de sofrer cobrança de duras multas e até mesmo de ser impedida, ainda que momentaneamente, da emissão das NFC-e.

Por conta disso, sugerimos fortemente aos departamentos fiscais, jurídicos e de TI de nossos associados que se debrucem sobre a questão e já busquem soluções preventivas eficientes que evitem questionamentos relativos a essa nova ferramenta, que, em nosso entendimento, veio para ficar. A AMIS, inclusive, fornece assistência jurídica e está à disposição de seus associados, podendo auxiliá-los nessa e em outras questões que se mostrem relevantes para o desenvolvimento da atividade varejista. 🇧🇷

* Sócio do escritório Sgarbi & Magalhães Advogados.
Dúvidas e informações podem ser direcionadas ao e-mail daniel@sgarbimagalhaes.com.br.

LIÇÕES DE EMPREENDEDORISMO e cidadania

Giovanni Peres

Convidado para ser o entrevistado especial da edição comemorativa dos 25 anos de GÔNDOLA, o empreendedor Salim Mattar, que criou a Localiza em 1973 a partir de uma frota de seis fuscas usados (hoje são 280 mil veículos), apesar de sua agenda lotada, atendeu nosso pedido com extrema boa vontade e absolutamente dentro dos prazos que viabilizariam este verdadeiro presente de aniversário aos leitores da revista. Salim Mattar deixou a direção da Localiza em dezembro passado para poder aceitar o convite do ministro da Economia, Paulo Guedes e, desde janeiro, estar à frente da

Secretaria de Desestatização e Desinvestimento do Ministério da Economia, um desafio, segundo ele, na mesma proporção que foi um dia fundar e ajudar a liderar aquela que se transformaria em uma das maiores locadoras de veículos do mundo. "Devido ao gigantismo do estado, tudo é muito difícil, e participar do governo tem sido pra mim uma grande motivação, já que estou aqui por um propósito: ajudar na transformação da vida de 210 milhões de brasileiros. Isso é gratificante". Confira a seguir, os principais trechos da entrevista exclusiva que Salim Mattar concedeu a GÔNDOLA, em sua edição de aniversário.

O secretário de Desestatização e Desinvestimento do Ministério da Economia, Salim Mattar



GÔNDOLA – *Tudo começou na Localiza com os seis Fuscas, em 1973. Mas, antes da Localiza, já tinha tentado algum outro negócio? Afinal, quando o Salim descobriu-se empreendedor?*

Salim Mattar – A Localiza foi meu primeiro negócio, que iniciamos em 1973. Me descobri empreendedor aos 18 anos, trabalhando como office boy em uma empresa de engenharia. Ao pagar uma conta num estabelecimento comercial, selei o meu destino. Era uma locadora de carros. Na nota havia o valor de uma diária de um Volkswagen e imediatamente fiz uma regra de 3: se um dia é “x”, 365 = 365x ... quando exclamei: “eu vou abrir um negócio deste para mim”. Assim aconteceu tudo, sem que eu fizesse sequer um business plan. Foi uma tomada de decisão intuitiva.

GÔNDOLA – *Considerando todos esses anos – de 1973 a 2018 – quais foram os momentos mais decisivos para a empresa que se tornaria um gigante da locação de veículos?*

Salim – A Localiza nasceu em um período de adversidades. Iniciamos o nosso negócio em plena crise do primeiro choque do petróleo. Todos nos perguntavam: por que abrir um negócio num ambiente tão incerto e nebuloso? Contra todos os conselhos, decidi fundar a Localiza, que é hoje a mais valiosa companhia de aluguel de carros listada em todo o mundo. A Localiza possui cerca de 9.000 colaboradores, frota de 280.000 carros, 600 agências em cinco países, vendeu 111.000 carros seminovos em 107 lojas, receita de R\$ 7,9 bilhões e lucro líquido de R\$ 659 milhões em 2018 e valor de mercado hoje de R\$ 32 bilhões. As crises que aconteceram ao longo de toda a nossa história de 46 anos de alguma forma nos vacinaram e foram importantes para que nós nos transformássemos em uma empresa robusta. Como as crises eram uma atrás da outra, sempre estávamos preparados, sempre administrando a empresa com os cuidados necessários. Todas as vezes que o governo interveio na economia e no mercado, sentimos sua perniciosa interferência. As interferências do governo mudavam brutalmente as regras do jogo. Um desses casos é

"Empreender neste país requer muita coragem, pois tudo vai contra o empreendedor"

o do depósito compulsório. Nos anos 80, o governo decidiu implementar um depósito compulsório de 30% sobre combustíveis e na compra de carros.

GÔNDOLA – *Que características o sr. considera fundamentais para um empreendedor?*

Salim – Em negócios distintos as características do empreendedor também são distintas. As habilidades do indivíduo o transformam em um empreendedor, e quanto mais habilidades tiver, mais completo e melhor será. A primeira habilidade é a coragem. Empreender neste país requer muita coragem, pois tudo vai contra o empreendedor: o emaranhado tributário, impostos elevados, licenças de toda espécie e natureza, fiscalizações dos órgãos públicos, licenças ambientais que nunca se consegue, dificuldade para levantar capital... e ainda tem a concorrência. Recentemente foi aprovada a MP da Liberdade Econômica, que objetiva simplificar a vida do empreendedor. Em minha visão, cada empreendedor, cada micro ou pequeno negócio é uma semente de capitalismo, pois amanhã poderá ser uma grande empresa. É o caso da Localiza, que iniciou com seis fuscas usados e possui uma das ações mais valorizadas do mercado.

GÔNDOLA – *Houve algum momento em que pensou em desistir do negócio, ou de um negócio?*

Salim – Não teve nenhum momento que pensei em desistir do negócio. Sempre tivemos uma grande



**"O nosso presidente
sempre diz que
precisamos tirar o
governo do cangote das
pessoas e das empresas,
e isso é verdade"**

motivação e de fato nós estávamos certos. A Localiza tem crescido em uma média espetacular ao longo da sua história e, mesmo atualmente, com uma empresa desse tamanho, crescemos acima de 20%.

GÔNDOLA – Como foi a experiência de levar o negócio para fora das fronteiras do País?

Salim – O Brasil estava em crise após o Plano Collor e com o PIB negativo tivemos que buscar alternativas de crescimento. Assim, iniciamos pela Argentina e posteriormente Uruguai, Paraguai, Colômbia e outros países. A nossa resposta para a crise brasileira foi a estratégia de expansão para o exterior. Operar no exterior é muito difícil. Leis diferentes, cultura e hábitos diferentes, custo de capital e depreciação também muito diferentes, enfim, um aprendizado que de alguma forma teve reflexos na melhoria de nossas operações internas.

GÔNDOLA – O que há em comum entre o desafio de se empreender no setor de supermercados e no setor de locação de veículos?

Salim – Independentemente do empreendimento, se aluguel de carros ou supermercado, o que temos em comum no Brasil é o governo, que tem sido um problema para as empresas. Ele deveria ser a solução, mas no Brasil é o contrário. Existe um emaranhado de legislação tributária, os impostos são muito altos, os órgãos

de controle estão sempre fiscalizando de forma abusiva e o número de obrigações da empresa para com os empregados é enorme. Tudo isso vai perturbando a vida do empresário. O nosso presidente sempre diz que precisamos tirar o governo do cangote das pessoas e das empresas, e isso é verdade. Temos estado demais. Precisamos de mais liberdade para empreender. A social-democracia, que por 30 anos tem governado o Brasil, por não gostar de capital ou de lucro, sempre dificultou a vida do empreendedor. Com a aprovação da MP da Liberdade Econômica, esperamos tornar a vida do empreendedor um pouco mais fácil.

GÔNDOLA – Como tem sido esta nova etapa da vida do senhor, em que deixa a “adrenalina” da iniciativa privada e passa a viver a “adrenalina” de participar de um governo?

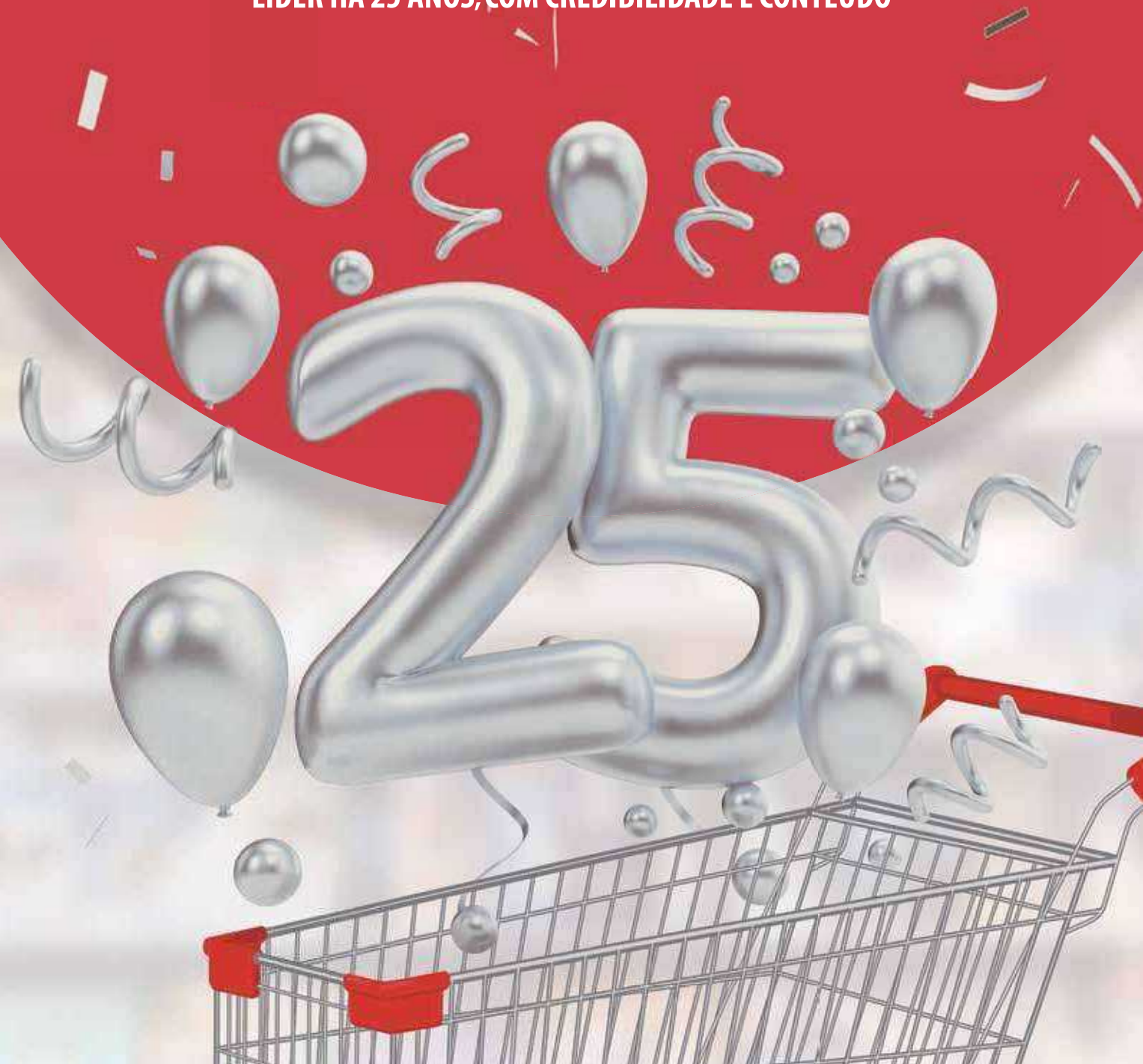
Salim – Um dos meus objetivos é reduzir o tamanho do estado, principalmente na privatização, reduzindo as empresas estatais que competem com a iniciativa privada. De uma certa forma, estar no governo tem sido uma experiência interessante. É um mundo diferente. Encontramos muitos servidores públicos bons, bem preparados e que têm desempenhado um papel espetacular nessa transformação do governo. Devido ao gigantismo do estado, tudo é muito difícil, e participar do governo tem sido para mim uma grande motivação, já que estou aqui por um propósito: ajudar na transformação da vida de 210 milhões de brasileiros. Isso é gratificante.

GÔNDOLA – Por que aceitou o convite para ser secretário da Desestatização?

Salim – Aceitei o convite do amigo e futuro ministro Paulo Guedes para assumir a Secretaria de Desestatização, Desinvestimento e Mercados, pois acredito que minha principal missão é contribuir para a redução do tamanho do Estado brasileiro. Ao longo de minha vida, atuando nas entidades de classe e nos institutos liberais, sempre fui um crítico da quantidade de estatais, da elevada carga tributária e do Estado gigantesco, obeso, lento, burocrático e oneroso para o pagador de impostos, que sufoca o cidadão e a iniciativa privada.

Gôndola⁶₂₅^G anos,

LÍDER HÁ 25 ANOS, COM CREDIBILIDADE E CONTEÚDO



Já estamos comercializando **pacotes e formatos especiais** de anúncios para 2020.
Em breve pauta anual com muitas novidades.

Fabiana
(31) 2122-0561
fabiana.carneiro@amis.org.br

Lucas
(31) 2122-0528
lucas.miranda@amis.org.br

GÔNDOLA – O que é mais fácil: montar um gigante da locação de veículos ou privatizar uma estatal no Brasil?

Salim – Ambos são muito difíceis. São dificuldades diferentes. No mercado livre, com ampla competição, como é o do negócio de aluguel de carros com mais de 8.000 empresas no Brasil operando este negócio, a busca pelo cliente é feroz, capital escasso e juros elevados, custos sempre aumentando, a complexidade da logística, intensivo treinamento de pessoas, melhoria e digitalização de processos, enfim, um constante desafio. E mais, listada no Novo Mercado com acionistas brasileiros e internacionais, temos que buscar uma rentabilidade esperada por estes investidores que depositaram confiança no management na condução desta diferenciada plataforma de negócios. Agora, privatizar uma estatal é uma coisa muito complexa também. As coisas no governo, pela sua própria natureza, são muito lentas. Muita legislação, muita gente tem que opinar, são vários os órgãos de controle – que aliás, têm colaborado muito neste processo –, as influências políticas, os empregados das estatais, grupos de interesse, enfim, é possível privatizar, mas pode levar muito tempo.

GÔNDOLA – Qual a agenda de desestatização que vamos seguir neste segundo semestre e em 2020?

Salim – Este ano já vendemos cinco empresas: Pasadena, Distribuidora do Paraguai, Tag, BR Distribuidora, Stratura, e fechamos uma a BBTur. Começamos o ano com 134 estatais. Recentemente aprovamos no Conselho do Programa de Parcerias de Investimento (CPPI) uma lista com nove empresas para serem estudadas para privatização, entre elas Correios e Telebras. Nessa divulgação incluímos os excedentes de ações da União no Banco do Brasil. Tínhamos sete empresas já em estudo. Ou seja, até o momento temos 17 ativos em estudo. Para 2020, tem diversas empresas caminhando, e à medida que cada uma estiver pronta, nós vamos divulgar ao mercado. Mas é importante lembrar que, no mundo dos negócios, alguns não devem ser previamente anunciados. 🚩



"Privatizar uma estatal é uma coisa muito complexa também. As coisas no governo, pela sua própria natureza, são muito lentas"

Confira as novidades para a comercialização DE PESCADOS CONGELADOS

A Portaria nº 284, de 10 de junho de 2019, publicada pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), aprovou o Regulamento Técnico Metrológico (RTM) que estabelece os critérios para a indicação do conteúdo nominal de pescados congelados, pré-medidos ou pré-embalados, com conteúdo nominal desigual. São considerados pescados os peixes, crustáceos, moluscos, anfíbios, répteis, equinodermos e outros animais aquáticos destinados à alimentação humana.

Para entender melhor, os produtos pré-medidos são aqueles que se encontram em condições de comercialização, embalados e medidos sem a presença do consumidor. Eles são divididos em produtos pré-medidos de conteúdo nominal igual, que só podem ser comercializados em quantidades padronizadas, e os de conteúdo nominal desigual, que podem ser encontrados nas gôndolas com variados tipos de peso e, consequentemente, preço.

Na prática, dentre as novidades trazidas pela portaria é que, agora, na embalagem dos pescados deve constar o peso da embalagem (tara) e do glaciamento, se houver. O conteúdo nominal declarado deve corresponder ao peso do produto sem a camada de glaciamento. Esta camada se constitui na aplicação de água, adicionada ou não de aditivos, sobre a superfície do pescado congelado em forma de camada protetora de gelo para evitar a oxidação e a desidratação desse produto.

Os pescados congelados pré-medidos com conteúdo nominal desigual devem, ainda, ostentar, obriga-

"A indicação do conteúdo nominal pode ser realizada mediante a utilização de etiqueta adesiva no ponto de venda"

toriamente, a indicação do conteúdo nominal no ponto de venda ao consumidor final. A indicação do conteúdo nominal pode ser realizada mediante a utilização de etiqueta adesiva no ponto de venda ao consumidor final, que deve estar em conformidade com a Portaria Inmetro nº 144/2005, ou com sua substitutiva.

O peso da tara e o peso do glaciamento também não pode ser superior ao declarado na embalagem. É importante ressaltar que, quando a indicação do conteúdo nominal for realizada pelo ponto de venda por meio de etiqueta adesiva, a responsabilidade pela indicação do conteúdo, para fins de aplicação da legislação metrológica, será do próprio ponto de venda.

Veja no link a Portaria Inmetro nº 284, de 10/06/19: <http://www.inmetro.gov.br/legislacao/rtac/pdf/RTAC002572.pdf> 📄

Linha Chef 5 Estrelas, do Frigorífico Cruzeiro do Sul Alimentos

O Frigorífico Cruzeiro do Sul Alimentos lançou em seu catálogo a Nova Linha Chef 5 Estrelas, com cortes *premium* selecionados e com uma pegada mais gourmet. A linha conta com picanha, filé mignon, ancho, chorrizo, ossobuco e t-bone. Todos os cortes são embalados a vácuo e pesam entre 500 g e 1,5 kg. O processo de produção segue um rigoroso padrão estabelecido pelo setor de Garantia da Qualidade da empresa e já foi aprovado por vários clientes. Em Belo Horizonte, os produtos da linha Chef 5 Estrelas já estão no Supermercado Verdemar. É uma linha pensada para atender às pequenas famílias, com porções em tamanho e peso ideais para o consumo.



TRES apresenta os espressos Tanzânia e Sumatra

Sempre em busca de inovação, a TRES lança mais dois espressos: Tanzânia e Sumatra, ambos com intensidade 5. O espresso Tanzânia TRES é um café único e saboroso, produzido no extremo sul da Tanzânia, na região de Ruvuma, de onde são extraídos cafés complexos de alta qualidade. É uma bebida encorpada, com notas de frutas vermelhas e chocolate, que apresenta acidez média. Já o espresso Sumatra TRES é proveniente de Lintong Batak, uma ilha de Sumatra e local com rico solo vulcânico, propício para a produção de cafés de alta qualidade. Tem aroma adocicado, com notas amadeiradas e de especiarias levemente picantes. Apresenta baixa acidez e corpo médio.

Arcor lança o primeiro bombom de doce de leite do mercado

A Arcor do Brasil acaba de anunciar uma combinação que vai surpreender o consumidor: Bon o Bon sabor Doce de Leite. Composto por wafer crocante, recheio cremoso e aerado de doce de leite, o lançamento chega para complementar o portfólio da marca. Para Anderson Freire, gerente nacional de marketing, o lançamento reforça o posicionamento na categoria em que atua. O novo Bon o Bon sabor Doce de Leite chega para integrar o portfólio já composto pelos sabores: Beijinho, Brigadeiro, Morango com creme e Chocolate Amargo.

Leite condensado desnatado light da Itambé

A Itambé traz ao portfólio de leites condensados uma nova proposta de produto: o Leite Condensado Desnatado Light. Com o mesmo sabor da versão tradicional, o item teve redução de 100% em gorduras (zero gorduras totais e saturadas) e decréscimo de 23% em sódio. Ele é destinado a pessoas que buscam uma alimentação equilibrada, mas que não abrem mão do sabor. “O lançamento do Leite Condensado Desnatado Light 395g tem como objetivo ampliar a linha e oferecer

ao consumidor uma versão nutricionalmente mais leve, com menos gorduras e calorias e com mais proteínas”, conta Beatriz Cardoso, gerente de marketing da Itambé. Por ter consistência firme e sabor adocicado, o produto pode ser utilizado no preparo de bolos, pudins, coberturas, tortas e de forma geral na confeitaria, seja como ingrediente, como complemento ou *topping*.



Comitê de Segurança dos Alimentos AMIS ATUA PERANTE A VISA ESTADUAL

Izabella de Souza [Assessora Jurídica da AMIS]

Publicada no dia 30 de março de 2019, no Diário Oficial de Minas Gerais, a Resolução SES/MG nº 6.693, de 29 de março de 2019, dispôs sobre o Regulamento Técnico de Boas Práticas para estabelecimentos que realizam comércio varejista de carnes no âmbito do Estado de Minas Gerais.

Diante da referida publicação, o Comitê de Segurança dos Alimentos AMIS se reuniu e realizou um profundo estudo para apresentar à Superintendência e à Diretoria de Vigilância de Alimentos de Minas Gerais, com o intuito de propor melhorias em seu texto para garantir a efetiva aplicabilidade da regulamentação.

Assim, no dia 13 de agosto de 2019, membros do Comitê de Segurança dos Alimentos da Associação Mineira de Supermercados (AMIS) se reuniram durante toda a manhã com o Superintendente, com a Diretora de Alimentos e com diversos técnicos da Vigilância Sanitária Estadual, sendo realizada uma produtiva reunião.

O foco principal do encontro foi apontar sugestões de melhorias imprescindíveis, conforme o estudo realizado pelo Comitê de Segurança dos Alimentos, e na oportunidade também esclarecer diversas dúvidas.

Os representantes da AMIS e os membros do Comitê foram bem recepcionados pelo Superintendente, Diretora e técnicos, informando que o estudo apresentado será analisado e que a Resolução sofrerá alterações no seu texto, visando contribuir para seu aperfeiçoamento.

"Ressaltamos a importância da adequação dos supermercados perante as exigências previstas"

Na oportunidade, ressaltamos a importância da adequação dos supermercados perante as exigências previstas na Resolução nº 6.693, tendo em vista que, independentemente de alteração do seu texto, a fiscalização vai ocorrer normalmente a partir de setembro.

A AMIS continuará a acompanhar de perto as tratativas com a VISA Estadual e comunicará aos seus associados eventuais alterações.

Aproveitamos a oportunidade para convidar todos a participarem da 33ª Superminas, no Expominas, em Belo Horizonte, especialmente no dia 17 de outubro, às 09h30, quando receberemos a Sra. Ângela Vieira, Diretora de Vigilância Sanitária do Estado de Minas Gerais, para palestrar sobre a Resolução e esclarecer dúvidas.

Nos vemos em outubro! 🇧🇷

EM DIA COM A AMIS

PARA VOCÊ E SUA EMPRESA

OS SUPERMERCADISTAS E PANIFICADORES DE MINAS E DE VÁRIOS OUTROS ESTADOS TÊM NA SUPERMINAS 2019 OPORTUNIDADES EXCELENTE DE CONHECIMENTO, RELACIONAMENTO E DE MUITOS NEGÓCIOS



É tempo de Superminas. De 15 a 17 de outubro o Expominas, é o palco desta que é um dos maiores eventos empresariais de Minas e do País, realizado pela Associação Mineira de Supermercados (Amis) e pelo Sindicato e Associação Mineira da Indústria de Panificação (Amipão). São esperados supermercadistas de todo o Estado e de vários outros estados do País. No ano passado, por exemplo, 55 mil pessoas estiveram na Superminas 2018.

Na área do conhecimento, os interessados em desenvolvimento empresarial e profissional terão à disposição palestras, workshops e visitas técnicas que somam 70 atividades, com destaque para algumas, como a de abertura do evento, com o jornalista Alexandre Garcia que abordará as perspectivas econômicas para 2019 e as tendências em 2020 no cenário nacional.

Ainda entre as 70 atividades, outros destaques como uma palestra do consultor de marketing digital com foco em varejo da Google, Felipe Patenê, sobre inovações e soluções que irão Impactar o futuro do varejo e uma do nadador Cesar Cielo, com o tema motivacional "Alta Performance no trabalho, na família, na vida!".

A programação completa da área do conhecimento está disponível no site www.superminas.org.br e também nas páginas seguintes. Importante: neste ano, terão preferência de acesso aos auditórios aqueles que fizerem inscrição prévia pelo site www.superminas.org.br.



NEGÓCIOS

Na área de negócios, a Superminas 2019 deverá movimentar, pelo menos, R\$ 1,86 bilhão em negócios. As expectativas são positivas e os negócios serão impulsionados pela tendência de investir em inovações e produtos mais modernos, o que gera maior eficiência para o setor supermercadista e da panificação. Serão em torno de 500 expositores na feira de negócios. No ano passado, foram 484 expositores e lançados ao longo do evento 350 produtos, cuja a expectativa para lançamentos é de superar o número nesta edição.

Você encontra a lista completa de expositores e mapa completo da feira acessando www.superminas.org.br.

HORÁRIOS DE FUNCIONAMENTO

O Expominas em Belo Horizonte se trans-

formar na casa do supermercadista e do panificador durante a Superminas 2019. Confira os principais horários de funcionamento deste megaevento e seja bem-vindo: Secretaria / credenciamento, nos dias 15, 16 e 17 de outubro é das 8h30 às 20h30; a área de Congresso / Palestras / Oficinas funciona nos dias 15 e 16, das 9h às 18h e no dia 17 de outubro, de 9h às 20h. A Feira Mostra de Fornecedores tem horário de 16h às 21h50 no dia 15 e nos dias 16 e 17, fica aberta das 15h às 21h50.

Atenção para as regras de acesso ao evento. É proibida a entrada de menores de 16 anos, mesmo acompanhado dos pais; é obrigatória a apresentação de documento de identificação, com foto e CPF; recomenda-se utilização de traje social. Não é permitido o uso de boné ou bermuda durante o evento.

Acima e na página ao lado, cenas da Superminas 2018 que devem se repetir em 2019: muito conhecimento, relacionamento e negócios

15
PROGRAMAÇÃO

Inscrições antecipadas no www.superminas.org.br

Os auditórios têm capacidade limitada. Por segurança, é reservado aos organizadores o direito de impedir o acesso de acordo com a lotação.

8h às 12h | visita **técnica** ESPAÇO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA

Visita ao Super Nosso e à Fabriqueta Gastronômica

objetivo Conhecer estrutura física das empresas, seus processos, inovações e como enfrentam os desafios do mercado.

informações e inscrições AMIPÃO: (31) 3282.7559 AMIS: (31)2122.0500

9h | auditório **Esmeralda** ESPAÇO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA

Wagner Alessandro Nogueira Administre seu negócio para ser mais competitivo!

objetivo Abordar os fatores que levam ao sucesso ou ao fracasso empresarial, bem como estratégias adequadas para atingir os objetivos de uma empresa e torná-la mais competitiva.

palestrante Administrador, pós-graduado em Gestão de Negócios e MBA em Gestão de Varejo e Vendas. Analista técnico, instrutor e consultor nas áreas de Empreendedorismo, Gestão Financeira e Modelagem de Negócios no Sebrae Minas.

9h | auditório **Rubi** ESPAÇO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA

Jonas Bovolenta Quanto vale a experiência de compra em seu ponto de venda?

objetivo Abordar os principais componentes no planejamento de uma boa experiência de compra do cliente aplicado à realidade das micro e pequenas empresas do varejo alimentício.

palestrante Especialista em Estratégias Competitivas de mercado: comunicação, inovação e liderança. Vivência em RH nas áreas de desenvolvimento organizacional, clima e cultura. Experiência em treinamentos, palestras e workshops com foco no varejo.

10h45 | auditório **Esmeralda** ESPAÇO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA

Victor Mota Ferreira Varejo 4.0: A revolução silenciosa do varejo moderno!

objetivo Abordar como as mudanças motivadas pela tecnologia estão criando uma nova realidade para o varejo físico, com novos desafios e novos concorrentes e o que o varejista pode fazer, hoje, gastando pouco para tornar a loja ainda mais competitiva.

palestrante Administrador, pós-graduado em Gestão de Pequenos Negócios e Projetos. Especialista em Gestão de Processos. Analista da Unidade de Comércio e Serviços do Sebrae MG. Atua no desenvolvimento de negócios do varejo há 11 anos.

10h45 | auditório **Rubi** ESPAÇO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA

Rodrigo Barbosa

Fluxo de Caixa como ferramenta de gestão no varejo moderno

objetivo Conscientizar os empresários quanto à importância da profissionalização na gestão dos números do negócio, sendo o fluxo de caixa uma das principais ferramentas

palestrante Administrador, MBA em Gestão Estratégica de Negócios, pós-graduando em Gestão de Marketing, vasta experiência gerencial. Consultor e instrutor com foco em finanças, gestão e empreendedorismo.

14h | auditório **Diamante** PALESTRA MAGNA | ECONOMIA

Alexandre Garcia

Perspectivas Econômicas 2019 e Tendências para 2020

objetivo Apresentar um panorama do Brasil de 2019 e o que podemos esperar de 2020 e dos próximos anos.

conteúdo • Brasil e a política • Brasil e as relações com exterior • Panorama atual e futuro

palestrante Jornalista, foi diretor de Jornalismo da TV Globo de Brasília e apresentador de vários telejornais da emissora. É autor dos livros "João Presidente" e "Nos bastidores da notícia". Esteve entre os mais admirados jornalistas brasileiros e recebeu da Rainha Elisabeth II a Ordem do Império Britânico. Atualmente é comentarista em 20 jornais e 300 rádios.

15h30 | auditório **Diamante** SOLENIDADE DE ABERTURA

16h | estande **SENAI** AULA SHOW (Pavilhão Gerais | Rua 11 | Avenidas D e E)

1ª competição de jovens aprendizes em panificação e confeitaria - "Aprendizes em Ação" - Etapa Confeitaria

objetivo Apresentar jovens que estão sendo formados como profissionais da panificação e confeitaria na escola do SENAI Américo Renê Giannetti.

21h15 | estande **SENAI** (Pavilhão Gerais | Rua 11 | Avenida E)

SESI

Normas Regulamentadoras - NR



PROGRAMAÇÃO CONGRESSO DIA 15





Marques
da Costa

CAFÉ COM SOBRENOME

DA JANELA DA NOSSA FAZENDA PARA A SUA MESA.

Pode entrar, puxar uma cadeira e apreciar o café que está conquistando todo o Brasil com o seu sabor.

De família pra família, será um prazer estar em seu ponto de venda.



**SUPER
MINAS**
FOOD SHOW 2019

VISITE NOSSO ESTANDE NA SUPERMINAS
nº 13, localizado no Pavilhão Gerais,
Rua 1 Esquina com Avenida B, na posição Ponta.



/cafemarquesdacosta

www.cafemarquesdacosta.com.br

16
PROGRAMAÇÃO9h | auditório **Diamante** Área Jurídica**Dr. Onofre Alves Batista Júnior**
Os debates sobre reforma tributária e as consequências**objetivo:** Dar conhecimento das propostas em debate no Congresso Nacional e no Planalto e avaliar as suas consequências.**palestrante** Advogado, Engenheiro, Administrador e Professor. Mestre em Ciências Jurídico-Políticas, Doutor em Direito, Pós-Doutoramento em Democracia e Direitos Humanos, Procurador do Estado de Minas Gerais e Ex-Advogado-Geral do Estado de MG.9h30 | auditório **Esmeralda** DESAFIOS NA ESTRUTURAÇÃO E MANUTENÇÃO DAS CENTRAIS DE NEGÓCIOS**Márcio Milan**
Pesquisa ABRAS: Redes e Centrais de Negócios**palestrante** Superintendente da ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados.**objetivo** Mostrar resultado da pesquisa realizada entre 2018 e 2019.**Adriano Dienstmann**O Futuro das Centrais de Negócios:
Uma nova organização empresarial**objetivo** Apresentar uma metodologia para profissionalizar e construir estratégias competitivas, através do trabalho coletivo aliando, de forma inteligente, a cooperação e a competição nas centrais de negócios.**palestrante** Especialista na modelagem de sistemas de governança e gestão para Redes e Centrais de Negócios, Centrais de Serviços Compartilhados (CSC), franquias, cooperativas, fundações e mantenedoras de escolas e entidades sociais. Consultor e mentor organizacional, palestrante e instrutor.**conteúdo geral** • Dados de 2018 sobre as centrais de negócios • Motivações, vantagens e os riscos para atuar em rede • Principais configurações e plano de negócios • Liderança: fontes de poder e de conflitos • Gestão horizontal e a profissionalização • Central de negócios como uma prestadora de serviços. • Experiência internacional de cooperação interorganizacional.**MODERADOR** Cláudio Fonseca Caetano | Sócio Proprietário do Supermercado Rei do Arroz e Presidente da Rede Mais.9h30 | auditório **Rubi** TECNOLOGIA E INOVAÇÃO NO VAREJOStartups e as soluções para o trade
supermercadista e panificação**objetivo** Apresentar empresas emergentes, recém criadas e em fase de desenvolvimento que têm soluções em tecnologia para supermercados, padarias e mercearias.**conteúdo** • Soluções no atendimento e relacionamento com o consumidor • Soluções na automatização e racionalização dos processos internos • Soluções em venda pela internet**MODERADORES** Fernando Bravo | Sócio Fundador da Vip Commerce e Especialista em e-grocery.

Gustavo Gorgulho | Sócio proprietário do GF em Casa, Vice Presidente Regional AMIS e Presidente do Comitê de Tecnologia.

9h30 | auditório **Ouro****Vinicius Segantine Dantas**

Abertura Seminário AMIPÃO | FIEMG com metodologia Propan

10h | auditório **Ouro****Marcelo Dantas, Mariana Dantas e Marcus Dantas.**

Conheça a história das Padarias Ping Pão - Um caso de sucesso criado à partir dos desafios da economia

objetivo Apresentar como uma família de empreendedores mineiros encontrou nas recessões econômicas do país a oportunidade para crescer.**palestrante** **Marcelo Dantas:** Engenheiro de Produção e Diretor de Produção. **Mariana Dantas:** Advogada e Diretora de RH. **Marcus Dantas:** Administrador e Diretor Financeiro.

Todos sócios proprietários atuando na Rede de Padarias Ping Pão.

10h | auditório **Prata** Gestão de Pessoas**Prof. Dorirley Rodrigo Alves**

Mini Curso: Otimização de Produtividade da Operação em Supermercados

objetivo Apresentar as otimizações nas rotinas de RH, DP e Operação na Gestão das Escalas de Trabalho no varejo. Instruir as áreas responsáveis pelas escalas de trabalho na empresa. Tornar mais claro o processo de criação, gerenciamento, execução e análise das escalas de folga no varejo.**instrutor** Matemático, Engenheiro, Professor e especialista em assuntos relacionados a Trabalho x Produção. Dedicou grande parte de sua vida ao estudo da Pesquisa Operacional e Otimização de Processos e entender onde existe mais justiça nas questões ligadas à força de trabalho, ganhos de capital, tecnologia e descanso.**conteúdo** Como as escalas devem ser feitas e quem (realmente) tem essa responsabilidade.

Como reduzir custos por meio de escalas otimizadas. Aumentando a produtividade da Operação, através de escala de folga otimizada. Os impactos de uma escala mal gerenciada.

Demanda x Lei: o que priorizar e como fazer.

10h | auditório **Bronze** Pesquisa & Desenvolvimento**Maria Izabel do Couto e Silva Cançado**

Novas receitas e produtos com foco em inovação, padronização e custo

objetivo Falar sobre a importância do desenvolvimento consciente de novos produtos, entender as inovações do mercado no que tange produtos de produção própria. Como precificar meu produto? Como padronizar minha receita?**palestrante** Gastrônoma, especialista em Nutrição e Segurança alimentar, MBA em Engenharia e Inovação, cozinheira profissional. Técnica em Administração, Logística e agronegócio. Há mais de dez anos trabalha com consultorias em todo território nacional, atendendo toda a área de food service, padarias e indústrias

PROGRAMAÇÃO CONGRESSO DIA 16



Conheça o lançamento Rivelli

Porção Certa




Rivelli®

  /rivelliemacao

(32) 3339-0155 | BR 040 | CAIÇARAS | BARBACENA - MG

QUER CONFERIR
MAIS PRODUTOS?
LEIA O CÓDIGO
AO LADO E DELICIE-SE



16
PROGRAMAÇÃO
11h | auditório **Ouro** Seminário AMIPÃO | Fiemg com metodologia Propan**Márcio Rodrigues****Central de produção, revisão de mix e ganho de eficiência**

objetivo Mostrar os ganhos possíveis com a implantação de uma central de produção, desde a melhoria de qualidade e padrão dos produtos, até maior produtividade da equipe e abastecimento condizente com as demandas dos pontos de venda.

palestrante Administrador de empresas, pós-graduado em Gestão Empresarial. Sócio-proprietário da rede de padarias Pão da Serra. Atua como consultor no mercado de panificação.

conteúdo Gestão e processos de centrais de produção. Adequação do mix de produtos e serviços ao perfil do cliente.

12h | auditório **Diamante** Palestra Lanche: Marketing**Rubens Sant'Anna****Trade Marketing no varejo de alimentos**

objetivo Demonstrar que mais de 50% das decisões de compra acontecem no ponto-de-venda e por isso, de ferramenta operacional, o Merchandising passa a ser cada vez mais estratégico, demandando ações inovadoras e de alto impacto. Tal eficiência passa diretamente pela compreensão do processo decisório do Shopper, identificando suas motivações e drivers de compra.

palestrante Referência nacional em Trade Marketing, com mais de 15 anos de atuação para empresas líderes mundiais de bens de consumo. É autor dos livros "Planejamento de Trade Marketing", "Neuromarketing Explica" e "O Novo Varejo". Tem Pós-Graduação em Branding e Psicologia do Consumidor, MBA em Gestão Executiva e especialização em Gerenciamento por Categorias.

conteúdo Como funciona a tomada de decisão do Shopper. Qual o resultado do excesso de informações. Por que a gôndola deve ser tratada como um cartão de visitas. Dicas práticas de neuromarketing de como tornar a loja mais atraente.

NOVIDADE 2019!

14h | auditório **Diamante** Painel sobre a área comercial
**Alexandre Poni, Alexandre Ribeiro,
Antônio Celso e Marco Túlio**
Marketing, comercial e sustentabilidade: desafios e oportunidades

objetivo Criar um ambiente para que os participantes possam fazer perguntas inusitadas para obter respostas criativas. Se você precisa resolver ou tem dúvidas sobre marketing, comercial e ações sustentáveis leve seu questionamento ou repasse-o à AMIS: relacionamento@amis.org.br.

painelistas **Alexandre Poni:** Sócio fundador do Verdemar e Presidente da AMIS. **Alexandre Ribeiro:** Sócio fundador da R Dias, especialista em varejo.

Antônio Celso Azevedo: Superintendente Comercial e Marketing do Verdemar.

Marco Túlio: Sócio fundador do INEMP, especialista em negociação. E convidados do varejo e da indústria de alimentos.

14h | auditório **Rubi** Palestra Destaque: Tecnologia e Inovação
Felipe Patané
O caminho até a Prateleira

objetivo Fazer uma reflexão sobre inovações e soluções que realmente irão impactar o futuro do varejo.

palestrante Engenheiro Mecânico, com MBA em Gestão de Negócios. Teve passagem pela General Motors e Oracle. Entusiasta de tecnologia por paixão, é consultor de Marketing Digital no Google focado em varejo.

Rodrigo Miranda
Pilotando uma loja inteligente

objetivo Apresentar os caminhos para criar e operar uma loja inteligente.

palestrante Engenheiro Mecânico e Sócio Fundador da Zaitt Delivery de Bebidas que se transformou na Zaitt, a primeira loja autônoma da América Latina. Co-criador do Shipp Delivery, um app delivery de tudo e com logística integrada, hoje presente em 7 cidades brasileiras.

conteúdo geral O que de fato temos para agora? quão distante é este futuro? Números do mercado e caminho do consumidor moderno para chegar na gôndola: Meios digitais, e-commerce e loja física; Medindo e pondo em prática Tecnologia e operação

14h | auditório **Esmeralda** Experiências de compras no varejo de alimentos
Gustavo Jardim
Executando com excelência as estratégias de marketing no varejo - Como converter a intenção de compra em uma experiência marcante e lucrativa

objetivo Demonstrar como os hábitos de compra do "shopper" podem ser refletidos na ambientação de lojas para se vender mais; como gerar emoções positivas nos clientes e converter a intenção de compra em uma experiência marcante e lucrativa.

palestrante Mais de 18 anos de experiência em gestão de marketing em indústrias multinacionais (Coca-Cola e Colgate-Palmolive). Especialista em estratégias comerciais segmentadas por canal, perfil de clientes, preços e embalagens.

Fátima Merlin
"Shoppercracia" - Criando valor real para os clientes e resultados para sua empresa: Shopper 360

objetivo Discutir os desafios e oportunidades do varejo na atualidade para atrair, engajar, converter e reter o cliente maximizando resultados.

palestrante Economista e Master Business em Marketing. Atua há mais de 30 anos nas áreas de Pesquisa de Marketing, Trade e Shopper Marketing / Insights e Gerenciamento por Categoria. Idealizadora do grupo Mulheres do Varejo.

conteúdo geral Desafio do cenário atual e a importância da execução no sucesso dos negócios.

Criando conexões emocionais fortes, psicologia por detrás do consumo. Ações práticas para impactar positivamente a jornada do "shopper". Quem são os novos Consumidores & Shoppers e o que esperam do varejo. Oportunidades para uma execução eficaz tendo o cliente no centro das decisões. As etapas da jornada de compra.

MODERADOR Roberto Gosende | Diretor de Marketing do Grupo DMA

16

PROGRAMAÇÃO CONGRESSO DIA 16

16 PROGRAMAÇÃO

14h | auditório **Ouro** Inovação

Dra. Morgana Zimmermann

O potencial da indústria 4.0 para o setor de alimentos e bebidas

objetivo Apresentar a teoria à prática, o que é indústria 4.0 e quais os benefícios e aplicações das tecnologias habilitadoras desse formato para o setor de alimentos e bebidas.

palestrante Química Industrial de Alimentos, é Pós-doutora, Doutora e Mestre em Engenharia de Alimentos. Atualmente atua como pesquisadora no Instituto SENAI/MG de Tecnologia em Alimentos e Bebidas. É disseminadora dos conceitos da Indústria 4.0 aplicados à área de alimentos e atua em projetos de pesquisa dessa temática. É mentora de Startup na InovAtiva Brasil e julgadora convidada do MIT Inclusive Innovation Challenge.

16h | auditório **Ouro** Gestão

Zeiler Lopes

Indo além, indo juntos

objetivo Reforçar as relações interpessoais, criando um ambiente harmônico dentro das organizações.

palestrante Empresário do segmento de distribuição de alimentos. Administrador de Empresas, especialista em Gestão Estratégica de Marketing e em Gestão de Negócios. Coach e Empreteco (Sociedade Brasileira de Coaching e SEBRAE).

conteúdo Entrar na cabeça das pessoas que trabalham com você.
Ter uma mentalidade positiva.
Criar a cultura "Vencer juntos".
Liberar o poder das pessoas.
O poder da comunicação não autoritária.

16h | auditório **Prata** Painel Interativo

Carlos Sia e Quintino Filho

Planejando o ponto de venda e melhorando a experiência do cliente

objetivo Apresentar cases e discutir sobre a influência dos principais fatores de uma boa experiência de compra no ponto de venda.

painelistas **Carlos Sia:** Comunicólogo, Designer e mestre sorveteiro, idealizador e proprietário da Sorveteria Inventiva.

Quintino Filho: Engenheiro Eletricista, pós graduado em Hotelaria e Gastronomia. Padeiro e Chef proprietário da Passeli Boulangerie, empresa aberta com sua esposa Patrícia Passeli.

MODERADOR **Jonas Bovolenta** | Profissional especialista em Estratégias

Competitivas de mercado. Vivência na área de desenvolvimento organizacional, clima e cultura. Experiência em treinamentos, palestras e workshops.



16h | auditório **Bronze** Painel Interativo

Leila Barbosa e Solanda Braga

Como o atendimento pode influenciar o sucesso do seu negócio

objetivo Sensibilizar sobre a importância da qualidade do atendimento para a construção de relacionamentos duradouros com os clientes e o sucesso dos negócios.

painelistas **Leila Barbosa:** Pedagoga com pós-graduação em Gestão de Pessoas e pós-graduação em Coach. Consultora em Gestão de Pessoas, Treinamento e Desenvolvimento de Líderes e Equipes de Alta Performance.

Solanda Braga: Psicóloga, pós-graduada em Gestão de Pessoas. Atua como Gerente de Treinamento na rede Ping Pão.

MODERADORA **Marina Gonçalves** |

Publicitária, especialista em marketing e projetos, com mais de 10 anos de experiência em marketing, endomarketing, marketing digital e apaixonada por trabalhar com pessoas e para pessoas.



16h | estande **SENAI** (Pavilhão Gerais | Rua 11 | Avenida E)

Aula Show

1ª competição de jovens aprendizes em panificação e confeitaria - "Aprendizes em Ação" - Etapa Panificação

objetivo Apresentar jovens que estão sendo formados como profissionais da panificação e confeitaria na escola do SENAI Américo Renê Giannetti.

21h15 | estande **SENAI** (Pavilhão Gerais | Rua 11 | Avenida E)

SESI

Normas Regulamentadoras - NR

reuniões comitês

13h | sala **Imprensa**

Reunião Comitê Tributário AMIS

16h | auditório **Rubi**

Reunião Comitê de Tecnologia AMIS

16h | auditório **Esmeralda**

Reunião Comitê Centrais de Negócios



PROGRAMAÇÃO CONGRESSO DIA 16



17
PROGRAMAÇÃO9h | auditório **Diamante** O mundo diverso e tecnológico na gestão dos colaboradores**Cristina Keer**

Os benefícios e os desafios da diversidade e da inclusão

objetivo Apresentar como a diversidade de competências, habilidades, vivência, idade, gênero e raça, podem impactar positivamente o desempenho das empresas.**palestrante** Publicitária com MBA em Gestão Estratégica e Advanced Boardroom Program for Women, Professora de Diversidade e Líder do Grupo Mulheres do Brasil. Fundadora da CKZ Diversidade há 12 anos para dar voz para a diversidade e a inclusão.**Renata Lemos**

Desenvolvendo pessoas e acelerando resultados

objetivo Mostrar que o impacto da indústria 4.0 nas empresas é um caminho sem volta e que precisaremos nos adaptar à realidade que surge com as novas tecnologias.**palestrante** Trainer das metodologias: Formações de Coaching Profissional, Vendas, Lideranças e Metodologias Corporativas, Master Coach Sênior e Master Executive Coaching, Administradora, professora e psicóloga.**conteúdo geral** Qual a diferença entre Diversidade e Inclusão; Como caminhar para um ambiente mais diverso e inclusivo; Os desafios encontrados no caminho, erros e acertos; Estratégias de Recrutamento, Seleção e Retenção para dar voz para a D&I; Desenvolvimento da tecnologia e as pessoas; Preparação de líderes e gestores e mudança do modelo mental: mindset; O candidato ideal para liderar no varejo 4.0.**MODERADOR** Régis Schroder Ramos | Diretor na Neuroglia Desenvolvimento Humano.9h30 | auditório **Rubi** Prevenção de perdas e gestão de risco**Daniel Martins**

Prevenir para lucrar com gestão em toda cadeia do negócio

objetivo Desenvolver o conceito de prevenção de perdas e riscos em toda cadeia do negócio para manter atuação eficiente do departamento.**palestrante** Administrador de empresas com 20 anos de experiência em prevenção de perdas e riscos. Diretor da empresa JC Consultoria e Assessoria.**Cleir Júnior**

Redução das rupturas: os segredos para aumentar os resultados em 10%

objetivo Apresentar o cenário das rupturas hoje no varejo, seus impactos e ações de melhoria nos resultados da loja.**palestrante** Administrador, consultor de varejo há 18 anos, especialista em finanças, vendas e ruptura em loja.**conteúdo geral** Conceito de perdas, desperdícios e impacto no lucro; Desenvolvimento da cultura de prevenção de perdas e desperdícios; Desenvolvimento estratégico/operacional; tecnologia, riscos, Indicadores e auditoria; O que é ruptura, tipos e indicadores; Os impactos nos resultados; Ações para aumento dos resultados com a redução das rupturas.**MODERADOR** Nilson Júnior | Presidente do Comitê de Prevenção de Perdas AMIS.9h30 | auditório **Esmeralda** Pensando o varejo do século XXI: ideias sustentáveis**Marie Tarrisse**

Projeto Carrefour de controle de desperdício

objetivo Apresentar os processos e procedimentos adotados pelo Carrefour para controle de resíduos diversos.**palestrante** Gerente de Sustentabilidade, responsável pela gestão de resíduos, combate ao desperdício e pela formação de estratégias para redução e transformação de embalagens.**Ângela Ferreira Vieira**

Desafios na gestão da vigilância dos alimentos

objetivo Discutir as ações do órgão fiscalizador, apresentar as diretrizes e alinhar objetivos e atitudes legais para o correto funcionamento do varejo.**palestrante** Diretora da Vigilância dos Alimentos do Estado de MG.**conteúdo geral** O que é lixo no varejo de alimentos; O que é possível aproveitar e como aproveitar; Ações possíveis no varejo para não perder e ser sustentável; O que é e quais os objetivos da Vigilância dos Alimentos; Trabalhar para prevenir e não para punir.**MODERADORA** Larissa Martins | Engenheira Ambiental, Mestranda em Saneamento, Meio Ambiente e Recursos Hídricos.9h30 | auditório **Ouro** Seminário Amipão | Fiemg com metodologia Propan**Lucas Lage Martins**

Projetos inovadores para os pontos de venda na panificação

objetivo Apresentar como demarcar os postos de trabalho, a estrutura de layout ou setores da área de vendas, criando um ambiente favorável ao atendimento e satisfação dos clientes.**palestrante** Arquiteto e Urbanista, com especialização em Arquitetura de Espaços Comerciais: Varejo e Gastronomia. Atua em diversos segmentos do ramo, com experiência em mais de 35 padarias, restaurantes e afins.**conteúdo** Linguagem funcional e dinâmica dos negócios para os clientes; Ressaltando espaços e volumetrias x história do cliente; Arquitetura contemporânea e os ambientes no varejo alimentício.10h | auditório **Prata** Gestão de Pessoas**Mônica Hauck**

Mini curso - RH 4.0: Como dados e comportamentos construirão novas práticas de gestão de pessoas

objetivo Mostrar como a tecnologia veio para somar e qualificar os processos dentro do RH.**palestrante** Graduada e Pós-Graduada, com formação em Inovação e Empreendedorismo pela Universidade de Stanford. Vencedora do Prêmio Mulheres Notáveis na categoria Tecnologia. Co-Founder da Sólides, empresa de Tecnologia para Gestão de Pessoas.**conteúdo** Engajamento e experiência do colaborador; RH nas nuvens; Definição de processos automatizados; Ruptura com modelos tradicionais de R&S; Gestão e desenvolvimento de Soft Skills; People Analytics; Inteligência Artificial.

PROGRAMAÇÃO CONGRESSO DIA 17



17

PROGRAMAÇÃO

10h | auditório **Bronze** Fabricação e Legislação

Mariana Braga

Boas práticas da fabricação no segmento da panificação

objetivo Apresentar as atualizações no controle de qualidade na panificação e na manutenção da qualidade e segurança no serviço de café da manhã e almoço.

palestrante Nutricionista com pós graduação em Gestão de Unidades de Alimentação e Nutrição. Consultora e assessora responsável técnica em estabelecimentos produtores de alimentos. Consultora do SEBRAE e instrutora de cursos.

11h | auditório **Ouro** Seminário AMIPÃO / FIEMG com metodologia Propan

Fábio Ferreira

Fabricar ou terceirizar? Dilemas e oportunidades de mercado

objetivo Apresentar alternativas de posicionamento e inserção no mercado para as empresas, com o fornecimento de produtos panificados para outros negócios, ou formação de parcerias com indústrias para diversificação do mix.

palestrante Administrador com MBA em Gestão Empresarial. Possui mais de 19 anos de experiência em gestão empresarial. É Diretor Executivo na Jeito Caseiro, indústria solucionadora em Panificação Congelada.

conteúdo Diferencial dos produtos panificados e potencial de mercado; Padaria como fornecedor para outros segmentos ou outras panificadoras; Estruturação da produção para atendimento à demanda; Mantendo a identidade do produto mesmo ele sendo fabricado por um parceiro.

12h | auditório **Diamante** Palestra Lanche - Motivacional e Comportamental

César Cielo

Alta performance no trabalho, na família, na vida!

objetivo Contar as histórias motivantes e bem humoradas da carreira do único campeão olímpico da natação brasileira, utilizando muitas imagens e vídeos em uma apresentação na qual o conteúdo vai muito além do meio esportivo.

palestrante Nadador, medalhista e recordista olímpico, ganhador de várias provas nacionais e internacionais. Foi o primeiro nadador brasileiro a ser campeão olímpico e o atleta brasileiro mais medalhado em campeonatos mundiais de qualquer esporte, com 19 medalhas.

conteúdo Sucesso, motivação, comprometimento, disciplina, liderança, perseverança; Os pilares para ser um campeão; O que é preciso para vencer seus medos; O que faz de você um campeão; O importante é o agora.

12h15 | auditório **Ouro**

Entrega da Premiação da 1ª competição de jovens aprendizes em panificação e confeitaria "Aprendizes em Ação" - SENAI MG



14h | auditório **Diamante** Palestra Magna: Empreendedorismo

Euler Fuad Nejm

A escada e a porta: Trajetória de sucesso

objetivo Apresentar a trajetória empreendedora de um dos maiores empresários de MG no segmento supermercadista e da panificação.

palestrante Administrador de Empresas e Contador, com especialização em Finanças. Cursos de aperfeiçoamento e tendências do varejo nas universidades: Harvard (EUA-2011), Stanford (EUA-2012), Oxford (UK-2013), Sorbonne (França-2014), University Club of Chicago (EUA-2015), Berlim (Alemanha-2016), Lisboa (Portugal-2017), Universidade de Chicago (EUA-2017) e Singularity University, Palo Alto (EUA-2018), Presidente do Grupo Super Nosso.

conteúdo O menino prodígio: o cliente voador; A sucessão, a escada e a porta; Crise e oportunidade: devemos tirar o "s" da crise e criar; Entre o Ser e o Ter: a escada do sucesso; O estrategista: play it again; O papel do líder: o homem; A modernidade do aprendiz; Os degraus da escada; A velocidade das coisas; A inteligência artificial (IA): visita à Singularity University, maio 2018; Mensagens para o Sucesso.



14h | auditório **Esmeralda** Inovações e soluções diferenciadas para o mercado varejista

Cristiano Lopes

As melhores sacadas empresariais da NRF 2019 aplicadas ao segmento supermercadista

objetivo Apresentar o resumo das palestras realizadas no palco principal da NRF 2019 com aplicabilidade direta ao segmento supermercadista.

palestrante MBA em Gestão Estratégica de Negócios, Especialista em Gestão Estratégica de Marketing, Colunista de empreendedorismo do Jornal Hoje em Dia, Professor, consultor e palestrante.

Gustavo Vanucci

Conceitos, ideias e tendências aguardadas na Euroshop 2020. O presente e o futuro do posicionamento estratégico do varejo alimentar

objetivo Apresentar os insights de fabricantes e varejistas para atrair, atender e fidelizar consumidores e o impacto no processo de decisão de compra.

palestrante Consultor e Mestre em Inovação, Redes e Competitividade. Especialista em Inteligência de Mercado e palestrante. Carreira profissional em empresas multinacionais do setor alimentício, destaque para Nestlé, Coca-Cola e Colonial, com atuação nas áreas de expansão, canais de distribuição e novos negócios.

Leonardo Scarpelli

Experiências no mercado chinês

objetivo Explicar as estratégias para ser bem sucedido no Maior Mercado Consumidor do Mundo e como as experiências no varejo da China podem nos ajudar no Brasil.

palestrante Administrador com especialização em Cultura de Negócios na China. Pós-graduado em Gestão de Negócios. Gerente de Desenvolvimento de Empresas na Fundação Dom Cabral.

MODERADOR Cristiano Lopes | Palestrante com atuação em todo o Brasil.



PROGRAMAÇÃO CONGRESSO DIA 17



17

PROGRAMAÇÃO

14h | auditório Rubi Gestão Operacional

Marcos Escudeiro

Virando o jogo para ganhar nas empresas de varejo e consumo

objetivo Chamar a atenção para que o supermercadista perceba a hora que precisa de uma virada, e de ajuda para isso (*turnaround*). Pode-se evitar um enfarto ou AVC, com tratamentos preventivos. Assim também acontece nos negócios.

palestrante Mestre em Gestão para Competitividade. Mentor, estrategista, palestrante. Responsável pela estratégia e gestão que levou o Supermercado Cândia à maior venda por m² por alguns anos. Foi Diretor Executivo do Grupo Pão de Açúcar. Mais de 30 anos de experiência nacional e internacional em empresas como Carrefour, Extra, Bretas, entre outras.

conteúdo Planejamento x realidade; Performance x mercado; Experiências vividas.

14h | auditório Ouro Inovação

Mestre Marcella Rocha Franco

Como a inovação pode contribuir com o setor de alimentos e bebidas?

objetivo Mostrar que a inovação tecnológica é fundamental para o desenvolvimento das empresas de diversos segmentos e que o setor de pesquisa e desenvolvimento tem se atentado e trabalhado arduamente para alcançar os mais exigentes consumidores.

palestrante Doutoranda em Inovação Tecnológica, Mestre em Engenharia de Materiais, com expertise em embalagens inteligentes. Analista de Tecnologias no Instituto SENAI de Tecnologia em A&B, atuando com pesquisa e desenvolvimento, melhoria de produtos e processos; rotulagem; análise sensorial; embalagens e treinamentos.

15h30 | estande SENAI (Pavilhão Gerais | Rua 11 | Avenida E)

SESI

Normas Regulamentadoras - NR

16h | auditório Ouro Gestão de Pessoas

Leila Barbosa

A importância da liderança na retenção de talentos

objetivo Ampliar o potencial da Liderança com relação ao desenvolvimento de sua equipe, utilizando técnicas e ferramentas que favorecem a retenção dos melhores talentos, promovendo o engajamento coletivo na busca dos resultados.

palestrante Pedagoga com pós-graduação em Gestão de Pessoas e pós-graduanda em Coach. Consultora em gestão de pessoas, treinamento e desenvolvimento de líderes e equipes de alta performance.

16h | auditório Prata Painel Interativo

Rita Miranda e Tarcísio Filho

Marketing digital no varejo alimentício.

objetivo Apresentar cases e discutir sobre a importância do marketing digital junto a empresários do setor.

painelistas **Rita Miranda:** Administradora. Pós graduada em Marketing. Criadora dos blogs Eu Amo Pão, Eu Amo Padaria e Padaria de Sucesso. Responsável pelo marketing e mídias sociais das empresas: Casa Sol Embalagens, Bagueteria Francesa e BeloPães.

Tarcísio Filho: Sócio fundador da Segredos do Sabor Sobremesas e da Maestria Food Service Gestão e Treinamentos. Master Coach Integral Sistêmico Especializado em Inteligência Emocional Comportamental e em Marketing Digital Imersão 8° ps.

MODERADOR **Jonas Bovolenta** | Profissional especialista em estratégias competitivas de mercado. Vivência na área de desenvolvimento organizacional, clima e cultura. Experiência em treinamentos, palestras e workshops.

16h | auditório Bronze Painel Interativo

Guilherme Gallo e Thaís Cassiano

Desafios da sucessão empresarial

objetivo Abordar a importância da profissionalização da gestão dos negócios familiares e os aspectos do processo sucessório nas empresas.

painelistas **Guilherme Gallo:** Engenheiro de Materiais, MBA e pós graduando em Gestão de Negócios. Em 2018 se tornou sócio proprietário na Padaria Vila Real.

Thaís Cassiano: Advogada com pós-graduação em Direito Civil, Processual Civil e Empresarial. Empresária no setor de panificação com mais 18 anos de experiência. Atualmente dirige a Padaria Marte Pães e é Diretora Adjunta da Ampião.

MODERADOR **Rodrigo Barbosa** | Administrador, MBA em Gestão Estratégica de Negócios, pós graduando em Gestão de Marketing, vasta experiência gerencial. Consultor e instrutor com foco em finanças, gestão e empreendedorismo

16h | estande SENAI (Pavilhão Gerais | Rua 11 | Avenida E)

Gugel Padeiro Artesão

Mini curso: Fermentação natural, o ouro da panificação!

objetivo Chamar atenção dos panificadores e padeiros para a grandiosidade da Fermentação Natural.

palestrante Apaixonado por sua profissão, Gugel vem se especializando e ensinado sua arte. Foi em alguns países aperfeiçoar técnicas, com isso reconhecido como Padeiro Cipan 2019.

20h30 | estande SENAI (Pavilhão Gerais | Rua 11 | Avenida E)

SENAI e SINDUSCARNE

Mini curso: Montagem de sanduíches especiais

reuniões comitês

13h | sala Imprensa

Reunião Comitê Jurídico AMIS

16h | auditório Diamante

Reunião Comitê Gestão de Pessoas AMIS

16h | auditório Rubi

Reunião Comitê Prevenção de Perdas AMIS

16h | auditório Esmeralda

Reunião Comitê Segurança dos Alimentos AMIS

16h | sala de imprensa

Reunião Comitê Sustentabilidade

17

PROGRAMAÇÃO CONGRESSO DIA 17





CONTATO COM A REDAÇÃO

Entre em contato com a redação de GÔNDOLA para dar sugestões, expressar sua opinião sobre reportagens publicadas, tirar dúvidas ou, se necessário, fazer críticas ou solicitar correções.

VIA E-MAIL: sua mensagem chegará diretamente ao editor no endereço gperes@amis.org.br

POR CARTA: GÔNDOLA – seção de Cartas. Av. Barão Homem de Melo, 2.200, Estoril, BELO HORIZONTE, MG, CEP 30.494-080

POR TELEFONE: 31 2122 0500



EDIÇÃO 278

PERDAS OPERACIONAIS I

É muito difícil ter perda zero quando o assunto é furtos de produtos. Já tivemos muitos problemas no passado e hoje podemos dizer que as ocorrências são poucas, seja para as perdas provocadas pelos clientes ou as provocadas pela própria equipe. Aperfeiçoamos nosso recrutamento e o acompanhamento da evolução dos colaboradores no dia a dia da empresa. Investimos em treinamento e em equipamentos, que dão mais segurança também.

Gervásio Figueiredo Antunes
Vitória – ES

BEBIDAS VEGETAIS

Acompanho sempre as reportagens que vocês fazem sobre produtos que estão se destacando na loja, e esta das bebidas vegetais era uma que eu já tinha pensado em sugerir para vocês. Ficou muito boa e mostra que a gente tem que estar sempre atento aos lançamentos. Aproveito para sugerir que vocês façam uma reportagem sobre produtos orgânicos e uma na área de alimentos para cães.

Jéssica Couto Rennoli
Uberlândia – MG

SUPERMINAS 2019

A divulgação feita por vocês na revista para a Superminas foi muito importante para reforçar a importância de participar de um megaevento assim. Estou avaliando e me organizando para poder ir e gostaria de saber: até quando posso fazer a inscrição?

José Orlando Silva Filho
Montes Claros - MG

Nota da Redação: José, a inscrição pode ser feita a qualquer tempo, mas é importante se antecipar ao máximo, principalmente se pretende assistir palestras, pois este ano há inscrições específicas para isso e a lotação dos auditórios pode ser esgotar. Acesse na internet www.superminas.org.br para fazer sua inscrição para a Superminas em geral e também para as palestras específicas. Informações e inscrições também pelo telefone 31 2122 0500.



Há 30 anos presente nas maiores redes de supermercados e atacados do País.



costasul.com.br

[f/costasulpescados](https://www.facebook.com/costasulpescados)



[@costasulpescados](https://www.instagram.com/costasulpescados)



AMIS

Associação Mineira de Supermercados

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

Fabiana (31) 2122.0561 | Lucas (31) 2122.0528

NOVO ENDEREÇO Avenida Barão Homem de Melo, 2200 |

Estoril | Belo Horizonte | MG

cursos@amis.org.br



[linkedin.com/company/amismg](https://www.linkedin.com/company/amismg)

[facebook.com/amisassociacao](https://www.facebook.com/amisassociacao)

[@amismg](https://www.instagram.com/amismg)

www.amis.org.br



\$



10 OUT ☹ 8h30 às 17h30

CARTAZISTA:

FOCADO EM ARTES PARA O NATAL



21 NOV ☹ 8h30 às 17h30

**AÇOUGUE NO SUPERMERCADO
PARA AUMENTAR AS VENDAS**



23 OUT ☹ 8h30 às 17h30

COMPLIANCE TRABALHISTA



27 NOV ☹ 8h30 às 17h30

**OTIMIZANDO O LUCRO ATRAVÉS
DO GERENCIAMENTO POR
CATEGORIA E ESTRATÉGIAS
DE PRICING**



INSCREVA-SE

**DESCONTO ESPECIAL PARA PACOTE
COM 10 CURSOS DURANTE O
ANO DE 2019. CONSULTE CONDIÇÕES.**



EXPLORE TODO O SEU POTENCIAL

 **12 NOV** ⌚ 8h30 às 17h30

INTELIGÊNCIA:
OS IMPACTOS POSITIVOS
DO RELACIONAMENTO
PERSONALIZADO COM O CLIENTE

 **10 DEZ** ⌚ 8h30 às 17h30

**GESTÃO FINANCEIRA
NA PRÁTICA**

 **13 NOV** ⌚ 8h30 às 17h30

EFD-REINF (Versão 2.1):
O NOVO SPED DAS RETENÇÕES
E INFORMAÇÕES TRABALHISTAS
E TRIBUTÁRIAS

 **11 DEZ** ⌚ 8h30 às 17h30

ALTA PERFORMANCE:
NEGOCIAÇÃO E
RELACIONAMENTO COM
FORNECEDOR

FÓRUM JURÍDICO:

 29/10

Lei geral de proteção de dados

AMISTEC

 12/11

 Marque na sua agenda e aguarde a programação completa.



REVISTA GÔNDOLA [25º ANIVERSÁRIO]

BODAS DE PRATA

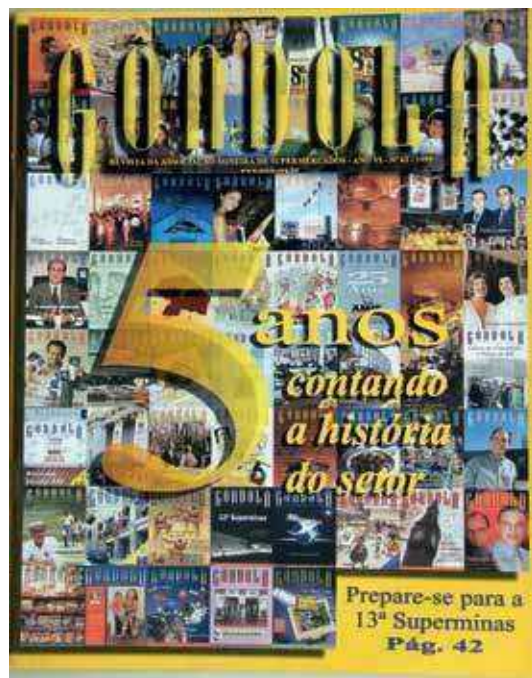
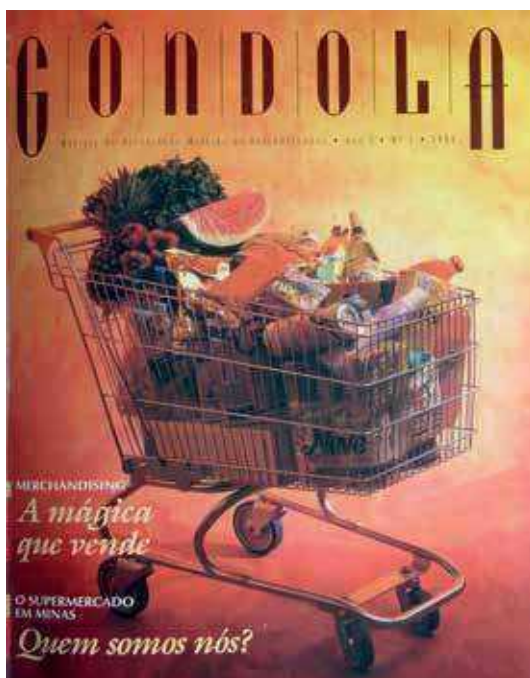
A REVISTA GÔNDOLA COMEMORA SEU 25º ANIVERSÁRIO COMO UM DOS PRINCIPAIS VEÍCULOS DE INFORMAÇÃO DO SETOR EM MINAS E NO PAÍS, EM UM CASAMENTO QUE UNE TODO O TRADE SUPERMERCADISTA

Tudo começou com o Jornal Superminas, em 1992, que se tornaria revista Superminas em 1993, produzida por uma equipe contratada de jornalistas gaúchos, e publicada a cada três meses. Afinal, a Associação Mineira de Supermercados (AMIS), como uma entidade de amplo relacionamento público, sempre procurou contar com veículos de comunicação próprios, de maneira a interagir cada vez mais com seus associados e outros *stakeholders*. À frente da implantação dos projetos estava o superintendente da AMIS, Claret Nametala, ainda em sua primeira gestão na entidade (1991-2002).

“Naquele momento acreditamos que seria muito importante criar uma revista maior, mais completa, de circulação mensal e com outro nome, pois Superminas era também o nome da feira promovida pela AMIS que a cada ano ficava maior”, conta Claret, que retornou à superintendência da AMIS em 2016 após atuar por 14 anos em outras instituições, entre elas, como diretor de Marketing e Comercial do Cruzeiro Esporte Clube e CMO do Minas Tênis Clube.

“Foi então que convidamos a publicitária Maria José Amorim para apresentar um projeto desta nova revista. Ela foi muito feliz na proposta,

Nesta e nas duas páginas seguintes, capas das edições relativas aos aniversários de GÔNDOLA, celebrados a cada cinco anos



que contemplava sugestões, como a estrutura de conteúdo, o design gráfico, a dinâmica comercial e, principalmente, sugeria o novo nome: GÔNDOLA. Foi a Maria José que sugeriu o nome GÔNDOLA", relata o superintendente.

A primeira edição foi publicada em setembro/outubro de 1994 e tinha como manchetes principais: "Merchandising, a mágica que vende" e "Supermercado em Minas, quem somos nós?". Naquele momento nascia GÔNDOLA. O presidente da AMIS à época era José Nogueira Soares Nunes, do então grupo EPA, que ocupava há poucos meses e, pela primeira vez, a presidência da entidade.

NASCIMENTO

A partir de seu nascimento, a Revista GÔNDOLA tornava-se um dos principais veículos do setor supermercadista e porta-voz do segmento, trabalhando a informação de maneira ética e profissional, além de promover o desenvolvimento e o crescimento do setor, principalmente dos pequenos e médios empresários.

A primeira edição da revista GÔNDOLA, como dito, foi publicada em 1994. Este é também

o ano em que foi criado e implantado o Plano Real. Na verdade, a revista começou a circular cerca de três meses após a chegada da nova moeda às mãos dos brasileiros, uma vez que o Banco Central iniciou a distribuição do Real em 01 de julho de 1994. Os desafios da adaptação dos supermercados a um País com moeda estável reforçaram ainda mais a atenção dos leitores para a revista e para a AMIS, pois mais do que nunca precisavam estar atualizados e ter acesso a novos métodos de gestão.

Em 1994 os dois principais candidatos à presidência da República foram Luís Inácio Lula da Silva (PT) e Fernando Henrique Cardoso, do PSDB. FHC, que tinha sido ministro da Fazenda no governo Itamar Franco e apontado como responsável pelo sucesso do Real, foi facilmente eleito.

Nesta época também os supermercadistas começavam a se adequar ao Código de Defesa do Consumidor (CDC), já com três anos e que foi criado por força da Constituição Federal. Foi exatamente nesta época que começava a mudar a relação entre os supermercadistas e os consumidores. É, igualmente, no ano de nascimento de GÔNDOLA





REVISTA GÔNDOLA [25º ANIVERSÁRIO]

LA, que o Brasil se sagrou tetracampeão de futebol, ao vencer a Copa do Mundo realizada nos EUA.

25 ANOS

Hoje, GÔNDOLA tem a honra de comemorar suas “Bodas de Prata” com a saúde que todo bom casamento gostaria de ter: é líder de leitura e circulação no setor supermercadista mineiro e também uma das principais do País. No ano passado, inclusive, bateu seus recordes históricos de números de páginas e de anunciantes. E o desempenho em 2019 está seguindo na mesma direção de recordes, contrariando o senso comum de que os veículos impressos acabariam, mortalmente impactados pelas muitas opções oferecidas no mundo digital.

Uma das razões para essa boa saúde de GÔNDOLA é o fato de ser uma publicação dirigida ao *trade* supermercadista mineiro – segundo maior do País –, sendo que 90% de seus leitores são proprietários e funcionários de primeiro escalão das empresas supermercadistas, atacadistas, distribui-

dores e fornecedores. A revista circula com tiragem de 18.000 exemplares todos os meses. Deste total, 14 mil exemplares são distribuídos em Minas Gerais, fazendo da revista a líder absoluta nesse expressivo mercado supermercadista do País.

Minas movimenta R\$ 37 bilhões por ano em vendas em seus supermercados e conta atualmente com cinco empresas listadas entre as 20 maiores do País pela Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS): Supermercados BH, DMA, Mart Minas, Bahamas e Super Nosso. Outra razão é o fato de a revista ser o órgão oficial da AMIS, uma entidade com 48 anos de fundação e pelo fato de seus associados representarem 95% das vendas do setor em Minas.

É importante lembrar também que os leitores de GÔNDOLA contam com a versão eletrônica da revista, acessando www.amis.org.br. Aqueles que se cadastram pelo site passam a receber igualmente boletins semanais com notícias do setor supermercadista, artigos e resumos de pes-



quisas. Todo o material é trabalhado pela equipe de jornalistas da revista. A estimativa é de que a soma de leitores da versão impressa e da versão eletrônica seja de mais de 150 mil pessoas.

CONTEÚDO PREMIADO

Nestes 25 anos, a publicação passou por constante evolução, nunca se esquecendo da importância de entregar todos os meses aos leitores um conteúdo que reúne atualização e aplicação prática de conhecimento, mas também a defesa e o apoio ao setor. Um dos momentos mais significativos da constante evolução do conteúdo da revista são as premiações nacionais que recebeu.

A primeira delas foi em 1998, quando a revista foi agraciada pelo Prêmio Abic de Jornalismo, concedido pela Associação Brasileira da Indústria do Café (Abic), um dos mais importantes do jornalismo econômico brasileiro naquela época. Com o título “Café, ouro negro nas gôndolas”, a reportagem, de autoria da jornalista Fátima Peres, foi publicada em agosto de 1997 e concorreu com outras 57 inscritas. Foi a vencedora na categoria “Indústria/Consumo de Café”. Nas demais categorias foram premiados o jornal Folha de São Paulo e a revista Globo Rural.

Em 2014, outro prêmio nacional: a jornalista Sandra Mara recebeu o Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira, na categoria Imprensa, concedido pela Associação Brasileira da Embalagem (ABRE). A reportagem premiada, com o título “A materialização de uma marca”, foi publicada na revista, edição de número 221, de julho de 2014. A jornalista recebeu o troféu Ouro do módulo especial. Para se ter uma idéia da importância desta premiação, no ano anterior a premiação ficou com o jornal Valor Econômico.

E o conteúdo não parou de avançar e com ele o número de páginas para que um maior número de reportagens e artigos pudesse ser publicado. Desde 2011, GÔNDOLA não circula com menos de 82 páginas. No ano passado, a média foi de 110 páginas, com espaço suficiente para

poder poder abrigar reportagens que incluem coberturas internacionais, como o Retail Big Show da NRF, em Nova Iorque (EUA), que têm sido feitas desde 2012.

PRODUZINDO GÔNDOLA

GÔNDOLA, como outros itens do portfólio da AMIS, é fruto de planejamento e de processos organizados de produção. A visão estratégica do produto é obtida com a contribuição do Conselho Editorial, formado atualmente pelos conselheiros Epifânio Parreiras (Decisão), Gilson de Deus Lopes (Supermercado 2B/Vip), Ismael Carrijo (Rede Smart) e Roberto Gosende (DMA).

Para que GÔNDOLA chegue aos leitores, vários profissionais participam ativamente da produção. O primeiro passo é a preparação da pauta, que recebe sugestões dos leitores, dos dirigentes da entidade, da equipe profissional da AMIS, e de toda a redação. Escolhido qual será o conteúdo da edição, o editor Giovanni Peres orienta a redação, composta pelos repórteres, Adenilson Fonseca e Davidson Lisboa, que juntamente com o fotógrafo Ignácio Costa começam o trabalho de apuração dos fatos, redação e as fotografias. Muitas vezes, a equipe é reforçada por repórteres *free lancers*.

Ao mesmo tempo, a equipe do Departamento Comercial da AMIS, especializada na revista, formada pelos executivos de negócios Lucas Miranda e Fabiana Carneiro e orientada pelo gerente Comercial da AMIS, Paulo Parma, realiza a interação com os anunciantes. Finalizada esta etapa, o editor recolhe todo o material dos repórteres e do Departamento Comercial, além das fotos, e passa a fazer o fechamento com a designer gráfica Sandra Fujii. Entram em cena também o revisor dos textos Pedro Vianna e o designer Rafael Lima, responsável pela criação da capa. Terminada a diagramação, a revista é transmitida on line para EGL Editora, em Contagem (MG). A impressão dura cerca de quatro dias e de lá segue para os Correios e, assim, para os milhares de leitores.

A equipe de GÔNDOLA pesquisou quais seriam os supermercadistas que mais participaram de reportagens na revista nestes 25 anos, relacionados aqui em ordem alfabética.



2B SUPERMERCADOS E VIP COMMERCE

A Revista se tornou um manual de consultas em relação a lançamento de produtos, atualização, procedimentos de outras empresas, o que contribui para os nossos processos internos de operação. Com relação à contribuição para o setor, a revista obviamente se tornou um meio de comunicação entre o supermercadista e o fornecedor mineiro, retratando os principais fatos do setor e apresentando tendências de mercado e a realidade dos supermercados. As reportagens técnicas são excelentes, pois aprofundam no tema, trazendo informações relevantes, principalmente as que tratam sobre prevenção de perdas, o que a torna uma ferramenta importante para o supermercadista.

Gilson de Deus, proprietário do 2B Supermercados e Vip Commerce, em Belo Horizonte



ALVORADA SUPERMERCADOS

Com certeza a Revista GÔNDOLA nos auxiliou bastante durante a nossa trajetória, servindo como ferramenta de atualização e aprendizado. Certamente é a melhor fonte de informação que o supermercadista mineiro tem, com dados precisos e contextualizados com nossa região. As capas são sempre muito atrativas, o que estimula a leitura e a folhear a revista. Gosto muito de ver e ler sobre as redes que são referência em MG e também as lojas especializadas em algum setor, como hortifrúti, padaria, adega e frios.

Fernando Maglioni, diretor do Alvorada Supermercados, em Pouso Alegre



BARBOSÃO SUPERMERCADOS

“Os supermercadistas mineiros, principalmente os que entraram no ramo há menos de 25 anos, não podem negar a influência e a contribuição que a revista GÔNDOLA trouxe para o crescimento e evolução de seus negócios. Foi fundamental para que acompanhássemos as tendências, a evolução tecnológica, as mudanças de comportamento dos consumidores e o movimento dos players do setor. A GÔNDOLA se tornou, nesses 25 anos, uma ferramenta indispensável àqueles que querem se manter informados e acompanhar o mercado supermercadista de perto. Parabéns à Revista GÔNDOLA pelos seus 25 anos e obrigado a todos aqueles que participaram e contribuíram para que ela hoje seja tão importante em nossas vidas profissionais e na união da classe supermercadista mineira.”

Antônio Ferreira Barbosa, o Toninho Barbosão, CEO da rede Barbosão Supermercados, de Araxá



BRETAS

“A GÔNDOLA é vista pelo Bretas como sinônimo de credibilidade por ser de uma entidade tão importante como a AMIS. Esse canal de comunicação permite a apresentação da empresa, demonstração dos programas criados para oferecer o melhor atendimento aos clientes e a divulgação de nossas ações com o público externo e, principalmente, como o nosso público interno. O veículo é um importante elo do setor com o público e, principalmente, entre os supermercados. Por meio da GÔNDOLA, podemos acompanhar o crescimento e o desenvolvimento dos nossos parceiros e até mesmo dos nossos concorrentes. A matéria “Retomada a caminho”, publicada na edição de janeiro de 2019 da GÔNDOLA, foi relevante por abordar os fatores positivos para o desenvolvimento da economia brasileira e os reflexos no consumo. Além disso, trouxe um panorama dos investimentos privados e como os estados e municípios estavam se organizando para o aumento das vendas e a saída dos produtos. Assim, permitiu uma reflexão dos caminhos já trilhados pelo setor e nos dá uma perspectiva de um futuro da nossa economia e desenvolvimento.”

Alejandro Arruiz, Diretor-Geral do Bretas


CONSUL SUPERMERCADOS

“Faço parte do negócio supermercadista há pouco mais de quatro anos e, nesse pouco tempo, tenho a revista GÔNDOLA como importante instrumento de informação e atualização. O mercado varejista é muito dinâmico e, como gestor, preciso ficar atento a todos os movimentos e acontecimentos que envolvem supermercados, indústrias e tendências de mercado. A revista GÔNDOLA presta serviço de informação e atualização em alto nível, com um material excelente e de bom gosto e conteúdo. A reportagem que me marcou foi o jubileu de 50 anos da Consul. Eu ainda não fazia parte da direção da Cooperativa, mas pude ver a edição a que me refiro e a história da cooperativa foi muito bem contada.”

Adilson Suda, presidente da Consul Supermercados, de Ipatinga


EXTRA

“A Revista GÔNDOLA tem enorme importância como fomentadora do varejo em Minas. Antecipa tendências e traz análises relevantes do mercado, fornecendo novos olhares sobre o setor. Agradecemos a publicação pela parceria de sempre, que nos permite dar visibilidade para o trabalho realizado pela marca Extra na oferta de produtos de qualidade a preços competitivos e da melhor experiência de compra. Parabéns, GÔNDOLA, pelos seus 25 anos!”

José Halério Soares S. Nário, Gerente Regional da rede Extra



GRUPO ABC

"Dos meus 50 anos de Varejo, em 25 a Revista GÔNDOLA esteve presente. É um veículo essencial na construção do segmento, contribuindo de forma positiva para o crescimento dos supermercadistas."

Valdemar Martins do Amaral, presidente do Grupo ABC, com sede em Divinópolis



GRUPO BAHAMAS

"A GÔNDOLA é importante não só pela própria revista em si, mas pela comunicação diária e atualização do que acontece no mercado, principalmente para o interior, que tem mais dificuldade de acesso à informação, à inovação. Para o pequeno e médio varejo é uma importância muito grande para se atualizar diariamente no site da AMIS, que antecipa o que vai sair na revista, facilitando o acesso a informações muito relevantes para o mercado. Hoje as coisas mudam muito rapidamente e, sem dúvida alguma, as reportagens que saem na revista são muito importantes para o nosso segmento. A leitura dela, a atenção no que a gente recebe de informação, das mudanças no dia a dia do País e do mundo, tudo é muito importante estar atento e, às vezes, a gente recebe em primeira mão no site da revista. As indústrias também aproveitam para divulgar suas marcas, seus produtos. Eu vejo isso também como uma importância muito grande. A gente sempre pede ao nosso pessoal do Comercial para ler, ver quem está lançando produtos e chamar para conversar, porque o interior não é tão bem atendido como as capitais. A GÔNDOLA traz um conhecimento que não nos chega no dia a dia. Outra coisa importante que vejo na revista é informar sobre as novas lojas, mostrar as nossas empresas varejistas ao mercado com um todo. Acho que o fornecedor acaba conhecendo um pouco melhor as empresas supermercadistas de Minas Gerais com as reportagens que aparecem na revista, como inauguração de lojas e inovação que as empresas de supermercados estão fazendo no Estado. Um papel fundamental da revista também é a divulgação da nossa imagem varejista junto ao fornecedor."

Jovino Campos, presidente do Grupo Bahamas, sediado em Juiz de Fora



GRUPO DMA

“A Revista GÔNDOLA é de suma importância porque é o meio de comunicação do segmento em Minas Gerais. A contribuição que ela tem dado ao setor nesses 25 anos é justamente ser o veículo que faz essa integração entre as empresas supermercadistas e também com os nossos fornecedores. A GÔNDOLA traz informações relevantes sobre produtos, sobre o mercado, o que é importante para o cliente e as empresas, não só para quem trabalha na parte administrativa, mas também quem está no chão de loja. Não vou citar uma matéria especificamente, mas são várias as reportagens relevantes veiculadas pela GÔNDOLA, como as que conquistaram prêmios nacionais de jornalismo.”

Roberto Gosende, Diretor de Marketing do Grupo DMA – EPA Supermercados e Mineirão Atacarejo



HIPER SANTA HELENA

A Revista GÔNDOLA é de suma importância para nós, supermercadistas, nos deixando informados em vários setores e nos ajuda a acompanhar a evolução supermercadista, que no atual cenário está bem acirrado e competitivo. Entre as diversas contribuições da revista, uma delas é nos manter informados sobre a atual política do país, que é um dos fatores importantes na tomada de decisão no nosso ramo de atividade. Se eu for citar uma reportagem que me chamou a atenção, posso destacar a matéria da edição 270, de dezembro de 2018, referente à criação da Associação Hipervalor, uma associação com perfil e foco no atendimento ao cliente e que enfatiza a não-concorrência entre os associados, com o objetivo de melhorar os resultados e as operações das empresas associadas.

Antônio Roberto Reis Bastos (Toninho) – Diretor do Hiper Santa Helena, em Sete Lagoas



IRMÃO SUPERMERCADOS

“Vinte e cinco anos da nossa GÔNDOLA. Para nós, é um prazer receber todo mês esta revista de muita importância para o fornecedor e para o supermercadista. Ela é fundamental. Nós precisamos muito dela, porque ela traz grandes informações e traz lançamentos de produtos, com novos códigos de barra. A distribuição da Gôndola no setor mineiro é muito boa. Eu acho que nós estamos muito bem. É a única revista que consigo ler toda. Vejo outros empresários que estão começando, novas e modernas lojas se abrindo, novos produtos. Então a GÔNDOLA, para os varejistas, é de valia muito grande. Acho que a GÔNDOLA está de parabéns. Vamos desejar mais 50 anos para ela, e que continue trazendo as grandes informações para nós varejistas. Ela é fundamental para todos nós.”

Ary Soares Silva, diretor do Irmão Supermercados, de Caratinga



JOSYLD DO SUPERMERCADOS

A Revista tem muita relevância para o segmento, pois contribui para a gente conhecer um pouco sobre as estratégias de vendas, tendências de mercado, lançamento de novos produtos, abertura de lojas e várias outras informações que contribuem para o nosso dia a dia. Entre as matérias que mais gosto de ler são as sazonais, que explicam, de forma bem clara, como devemos nos preparar para as datas comemorativas para obter maior faturamento. Confesso que já utilizei algumas ideias que ali foram citadas.

José Libério - proprietário do Josyl do Supermercados, em Divinópolis


MART MINAS ATACADO E VAREJO

"A Revista GÔNDOLA é uma importante fonte para o setor supermercadista em Minas Gerais. Nos seus 25 anos de história, democratizou a informação possibilitando o acesso a bons conteúdos, através da revista, site, mailing e outros. Sempre trazendo tópicos relevantes, falando de trade, marketing, gestão, comercial, tributário, jurídico, RH e muito mais. Contribui para o desenvolvimento dos profissionais do varejo e indústria. Parabéns, AMIS! Parabéns, Revista GÔNDOLA!"

Filipe Martins - Diretor Comercial e de Marketing do Mart Minas Atacado e Varejo


RENA SUPERMERCADOS

Para o Rena Supermercados, a Revista GÔNDOLA é de suma importância, pois sempre trouxe aos nossos colaboradores e à direção as informações técnicas do nosso setor, além de nos deixar atualizados com os temas mais relevantes do cenário nacional. A Revista GÔNDOLA é o maior meio de comunicação mineiro do setor supermercadista. Conquistou este posto com importante prestação de serviço informativo ao nosso segmento. Suas reportagens, notícias e artigos sempre foram fonte de conhecimento para o varejo e para o público em geral. Todas as reportagens e notícias sempre tiveram sua importância, mas sempre quando há alguma mudança legislativa ou novas exigências dos órgãos fiscalizadores, os supermercados contam com a GÔNDOLA para terem as informações precisas e atualizadas.

A GÔNDOLA é a grande porta-voz dos supermercados mineiros!

Alexandre Maromba, CEO do Rena Supermercados, em Itaúna



REI DO ARROZ

Aguardo com ansiedade a chegada da revista, e ainda bem que ela vem para vários funcionários da minha empresa que, de alguma forma, passaram por alguma capacitação na AMIS. Inclusive, assim que eu leio, faço marcações e compartilho com a minha equipe nas reuniões internas. Ela é o farol do trade supermercadista. Seria redundante falar que sem ela o setor estaria muito enfraquecido, pois ela fortalece o segmento com as suas reportagens técnicas e também contextualiza o crescimento das empresas. É como se fosse uma locomotiva de informação para o setor supermercadista de Minas. Uma das reportagens de que me lembro e da qual gostei de ter contribuído foi a série “Os Sucessores”. Fiquei honrado em ter contribuído com a matéria. Foi como um grande prêmio para mim e para as minhas empresas e, principalmente, para o setor.

Cláudio Caetano, diretor do Rei do Arroz, em Santos Dumont



SALES SUPERMERCADOS

A Revista GÔNDOLA tem um papel muito importante para nós, do Sales, que já estamos no segmento supermercadista em Minas Gerais há 63 anos e acompanhamos de perto as publicações. A GÔNDOLA não tem apenas uma abordagem institucional, mas traz também conteúdos de gestão, mercado, tendências e marketing que são muito úteis para a nossa equipe. Além de ajudar a promover o negócio em todo nosso estado, ela também tem um papel importante de disseminar o trabalho e os avanços de nossas empresas para o resto do País. São várias as reportagens e temas interessantes. Mas para destacar uma delas, que nos deixou bastante orgulhosos, na edição de agosto de 2018, a matéria “Solidariedade e promoção social”, apresentou o trabalho que nós do Sales fazemos de apoio às comunidades onde atuamos, como as campanhas do agasalho, ações para promover doação de brinquedos para crianças e a campanha do troco solidário, entre outras. A matéria retratou muito bem a importância com que tratamos e valorizamos nossa população.

Eduardo Soares – Diretor de Operações do Sales Supermercados



SUPER KILO

“Eu leio religiosamente a revista GÔNDOLA desde o seu primeiro número. Ao longo desses 25 anos, tenho a revista como um instrumento de trabalho. Vários artigos e reportagens não só são lidos, mas estudados e aplicados nos treinamentos dos nossos colaboradores. Acredito que, do mesmo modo que a GÔNDOLA tem sido útil para nossa empresa, também deve ser para todas as demais que a recebem. Parabéns a toda a equipe dessa bem-sucedida revista.”

Paulo Elmo Pinheiro, Diretor do Super Kilo, de Montes Claros



SUPERVALE SUPERMERCADOS

Primeiramente, gostaria de parabenizar a todos que fizeram e fazem parte desta história. Hoje tudo é mais rápido, mais fácil de pesquisar e procurar. Há 25, 20 anos atrás as informações vinham de forma mais lenta e a GÔNDOLA tinha um papel fundamental nas atualizações do setor e de informar as notícias importantes. Com o passar do tempo esta situação mudou e a GÔNDOLA soube aproveitar estas mudanças, mantendo o que já fazia e inovando com informações mais personalizadas e criando novas seções na revista. Ela faz parte do nosso dia a dia. Além do conteúdo de qualidade, tem agregado e promovido a integração do setor, principalmente entre supermercadistas e fornecedores, com notícias, reportagens especiais, novidades e lançamentos. Entre as matérias que mais chamam atenção são as coberturas dos eventos, como Sevar, Líderes do Varejo, Superinter e Superminas. Em especial a Superminas, que pelo tamanho do evento, hoje fica impossível acompanhar tudo em três dias da feira.

Márcio Roberto de Oliveira – Proprietário do Supervale Supermercados, em Poços de Caldas



SUPER LUNA SUPERMERCADOS

O Super Luna parabeniza a Revista GÔNDOLA pelos seus 25 anos de trajetória de sucesso no varejo, sempre trazendo informações e matérias que agregam no dia a dia do setor. Este veículo que representa a força do segmento, contribui de forma significativa levando ao conhecimento dos supermercadistas e aos profissionais que atuam no varejo novidades e tendências de mercado, além de apontar a evolução do segmento em todo o Estado. É importante destacar as matérias que abordam temas como prevenção de perdas e tecnologia no varejo, além dos artigos jurídicos, que contribuem ainda mais para alto nível da Revista GÔNDOLA. Parabéns. E que venham mais 25 anos pela frente.

Bruno Silva, Superintendente Operacional do Super Luna Supermercados



GRUPO SUPER NOSSO

A GÔNDOLA é uma fonte inesgotável de informações sobre o setor varejista e nos mantém sempre atualizados. Temos um excelente relacionamento com o grupo editorial e esperamos que este ainda se perpetue por muitos anos. Para nós, do Grupo Super Nosso, a GÔNDOLA é sempre a primeira referência. Nesses 25 anos, a revista tem sido uma ótima parceira, e tivemos o prazer de contribuir para diversas reportagens, sempre sendo muito bem abordados pelos repórteres. Como empresário, posso dizer que a Gôndola é uma vitrine e que traz informações de qualidade e de grande contribuição para o setor varejista. Nela conseguimos acompanhar o mercado com dados e fontes confiáveis, além de sempre trazer o que há de mais recente no setor. Nossos parabéns a todos. Sucesso!

Euler Fuad, presidente do Grupo Super Nosso, em Belo Horizonte



SUPERMERCADO MODERNO

“A importância da revista GÔNDOLA para a nossa empresa é extraordinária. A gente não consegue nem mensurar o quão importante foi nas conquistas do nosso negócio. As matérias diversas, desde as perspectivas de mercado, novos produtos, grandes entrevistas, convites para treinamento, dicas de colegas, abertura de lojas, enfim. São várias informações que vêm trazendo de uma forma simples de entender e matérias com assuntos relevantes para tomada de decisão no negócio. Para mim, a revista foi um divisor de águas nesses 25 anos. Não resta dúvida de que todo o setor vem se beneficiando com as informações da GÔNDOLA, que vem integrando toda a cadeia de supermercados, atacadistas, indústrias, sempre com novas informações, com novos produtos. A revista prestou um extraordinário serviço não só ao supermercadista, mas também à indústria e ao atacado. Recentemente vem dando um enfoque muito grande também para o pequeno, aquele que está integrando, o produtor rural, o agricultor... Falar da revista é até difícil, pela importância que ela tem nesses 25 anos. Então, é só desejar mais sucesso ainda. Lembro-me de vários fatos nesses 25 anos da GÔNDOLA, mas um que me vem à memória nesse momento foi o tema das sacolinhas ecológicas, um assunto muito abordado na época e de muita polêmica.”

Rogério Luciano de Oliveira, diretor do Supermercado Moderno, de Patos de Minas



SUPERMERCADO FARIA

"A importância da Revista GÔNDOLA no setor supermercadista é de imensurável tamanho. Seu alcance e diferencial no dia a dia daqueles que fazem a vida de um supermercado - gerentes, colaboradores e todos aqueles que têm acesso ao esplêndido e vasto conteúdo da revista. São 25 anos de serviços de excelência. Por isso, expresso meu agradecimento e felicitações."

Dolores Fonseca, Diretora do Supermercado Faria, de Itapeverica



SUPERMERCADO SUPER MAXI

"Há mais de vinte anos tenho a Revista GÔNDOLA como referência para pesquisa, orientação e informação. Ela é uma ferramenta muito boa e indispensável para o segmento supermercadista, seu conteúdo é sempre atualizado, com embasamento técnico, confiável e com uma linguagem de fácil entendimento. Na Revista GÔNDOLA, além obter um panorama do segmento e da indústria, temos tendências de mercado e orientações especializadas direcionadas ao nosso negócio que podemos aplicar no nosso dia a dia, na operação de lojas. Diria que tenho a revista como uma ferramenta didática de atualização contínua."

Milson Borges dos Santos, Diretor do Supermercado Super Maxi, de Uberlândia


SUPERMERCADOS BH

"A Revista GÔNDOLA sempre nos mantém informados sobre as novidades do setor supermercadista, destaca os fatos mais relevantes e dá voz aos temas primordiais para nós, empresários, e para os profissionais da área. Nunca me esquecerei da primeira vez que o Supermercados BH foi destacado nas páginas da revista. Para mim foi uma sensação de estar no caminho certo, de reconhecimento do trabalho que estávamos desenvolvendo. Até hoje, quando isso acontece, fico extremamente orgulhoso e feliz. Agradeço muito pelo apoio que recebo da AMIS e desejo continuidade ao importante trabalho que desenvolvem."

Pedro Lourenço de Oliveira, presidente do Supermercados BH


VERDEMAR SUPERMERCADO E PADARIA

"Nesses 25 anos, a GÔNDOLA se consolidou como referência em informação para o segmento supermercadista de Minas Gerais e um dos mais importantes veículos especializados no setor do País. Seja fornecedor ou varejista, empresários e profissionais que queiram se atualizar sobre nosso mercado têm sempre nas páginas da revista as principais notícias do ramo não só em Minas, mas em todo o Brasil e com as principais novidades no mundo. Desde a sua criação, a qualidade informativa e credibilidade sempre estiveram estampadas nas páginas da GÔNDOLA. Por isso a publicação se tornou, também, um canal comercial privilegiado para diversas marcas se comunicarem com o mercado mineiro. Como presidente da AMIS, deixo o nosso muito obrigado aos leitores e aos nossos parceiros anunciantes da GÔNDOLA pela confiança e prestígio."

Alexandre Poni, Diretor Comercial do Verdemar Supermercado e Padaria e Presidente da AMIS

FORNECEDORES E GÔNDOLA

A equipe de GÔNDOLA pesquisou toda a coleção da revista para apontar os 25 fornecedores mais presentes na revista ao longo dos últimos 25 anos.

ARROZ PRATO FINO

A GÔNDOLA foi fundamental na ligação do mercado mineiro e o Arroz Prato Fino. Nos orgulhamos dessa parceria e renovamos os votos para os próximos 25 anos.

Celso Paulino Rigo, diretor

COLONIAL

Parabenizamos a AMIS pelos 25 anos de publicação da GÔNDOLA, um dos mais importantes veículos de comunicação do setor de auto-serviço do país. A COLONIAL se sente honrada de fazer parte desta bela trajetória.

João Vidigal

EMBARÉ

Nestes 25 anos de GÔNDOLA, a revista sempre levou informação e incentivo ao setor supermercadista e atividades de varejo. Com excelente conteúdo, nos fornece conhecimento neste mercado tão desafiador!

**Alexandre da Rosa Antunes,
diretor-presidente**

INGLEZA

Ao longo de seus 25 anos a Revista GÔNDOLA tem contribuído substancialmente no fortalecimento da Ingleza junto aos supermercadistas e consumidores mineiros. Parabéns por essa expressiva marca!

Rogério Furtado, diretor comercial

HEINEKEN

É um enorme prazer para o Grupo HEINEKEN no Brasil estar presente nesta edição comemorativa da Revista GÔNDOLA, ferramenta essencial para o setor supermercadista Mineiro. Parabéns a Revista pela condução de temas relevantes para seus associados!

Ricardo Sabatine, diretor Nacional Off Premise



ITAMBÉ

O papel da revista GÔNDOLA, em seus 25 anos de existência, sempre foi o de levar informação de qualidade para os leitores de Minas Gerais. Por meio de suas reportagens, ajudou a fomentar discussões relevantes para o setor varejista e compartilhou boas práticas que certamente contribuíram para o desenvolvimento desse mercado e dos profissionais que nele atuam, ajudando em sua profissionalização.

Antônio Magela, diretor

PIF PAF ALIMENTOS

Em nome de toda a equipe da Pif Paf, parabeno a Revista GÔNDOLA pelo aniversário de 25 anos. Um grande projeto, que se mostra cada vez mais relevante para a integração entre fornecedores e supermercadistas mineiros. Com conteúdo de qualidade, diversificado e sempre atual, além da credibilidade conquistada ao longo desse percurso, a revista contribui para a disseminação de informações essenciais para orientar os empresários do setor e seus parceiros, como é o nosso caso. Nos orgulhamos de fazer parte dessa história e desejamos que a Revista GÔNDOLA perpetue este sucesso.

Edvaldo José Campos, diretor Comercial

SUPER GLOBO

25 anos da Revista GÔNDOLA: a cada mês, melhor. É um privilégio fazer parte dessa superfesta, onde o êxito e a parceria nos bons negócios são as atrações principais. Nossos parabéns a toda a equipe de profissionais responsáveis pela excelência da publicação, indispensável para os supermercados mineiros. Que o sucesso de hoje seja a marca forte de todos os dias de amanhã.

Homenagem da Super Globo: qualidade e tradição, de geração em geração

SANTA AMÁLIA

É assim que a Santa Amália vê a Revista GÔNDOLA: uma importante parceira para o relacionamento com o setor supermercadista mineiro, o segundo maior do país, representando desde grandes multinacionais até pequenos supermercados de todo o estado. Ao longo desses 25 anos de qualidade e ética, a publicação da Associação Mineira de Supermercados (AMIS) consolidou sua relevância perante a indústria de alimentos.

PARABÉNS REVISTA GÔNDOLA!

CONTE CONOSCO PARA MUITOS OUTROS ANOS DE PARCERIA E SUCESSO!

#TamoJunto

Equipe Santa Amália / Alicorp Brasil

READY

O varejo mineiro está em festa, 25 anos da Revista GÔNDOLA, 33ª SuperMinas e 40 anos da Ready. A GÔNDOLA é o elo entre os fornecedores e o varejo mineiro. A GÔNDOLA possui um time dinâmico e competente, levando ao mercado informações preciosas com clareza e objetividade. Parabéns, time talentoso da GÔNDOLA!

Mário Lage, diretor

TRIGO ARTE

Para a Trigo Arte, a GÔNDOLA é o mais eficiente canal de comunicação com o supermercadista, importante público que buscamos atingir. Parabéns pelos 25 anos da GÔNDOLA

Leonardo Castro, presidente

VILMA ALIMENTOS

Em nome da Vilma Alimentos, parabenizo a Revista GÔNDOLA pelos 25 anos de sucesso. Um excelente canal de divulgação das novidades do setor alimentício para supermercadistas mineiros.

Patricia Costa, presidente



Avivar na GÔNDOLA



"O nosso olhar será sempre para o horizonte". Foi com esse propósito que, há 20 anos, nasceu em São Sebastião do Oeste, no coração do centro-oeste de Minas Gerais, a história de uma grande marca de alimentos do Brasil: a Avivar. Com duas décadas de trajetória, a companhia, fruto do sonho dos irmãos, José Magela Costa e Antônio Car-



José Magela,
presidente

los Costa e do sobrinho, Framir Araújo, conquistou o território nacional e já é comercializada do outro lado do planeta. "Estamos começando a escrever uma nova página da nossa história. A Avivar comemora 20 anos de existência e sucesso, tendo ao longo do tempo, construído uma marca sólida, competitiva e confiável no mercado nacional e internacional de alimentos", destaca o presidente da Avivar, José Magela.

MERCADO

Ao longo de seus 20 anos, a Avivar expandiu seu mercado de atuação e conquistou o paladar dos brasileiros, atuando nas regiões Sudeste, Norte e Nordeste do Brasil. Como resultado desse potencial, a empresa recebeu em 2014 seu credenciamento para exportação. Atualmente, cerca de 130 itens alimentícios, entre cortes congelados e resfriados de frango e uma linha completa de industrializados, fazem parte do catálogo de vendas da marca. Para aumentar a presença no mercado alimentício, a Avivar começou a ampliar seu portfólio de produtos, a partir de 2013, com a chegada de novas categorias de alimentos. De lá pra cá, cerca de 30 novos itens entraram no catálogo da empresa, com a aposta na abertura do mercado de produtos semi-prontos.

ESTRATÉGIA

Para atender essa expansão mercadológica, a Avivar conta com o apoio de um marketing estratégico para potencializar suas ações de positividade. A parceria com veículos de comunicação, como a Revista GÔNDOLA, voltada para o segmento supermercadista, tem sido um dos caminhos de divulgação da Avivar para seus diferentes públicos. "A GÔNDOLA cumpre há 25 anos a missão de informar com qualidade e excelência os supermercadistas de Minas Gerais. Com uma diversidade editorial, a revista estende suas pautas ao leitor do segmento, visando conteúdos de gestão, tendências de varejo, legislação e marketing. Reconhecemos a contribuição da GÔNDOLA na propagação de marcas no decorrer de seus 25 anos de história", parabeniza o presidente da Avivar.



ORGULHO É IMPRIMIR NOSSO SABOR
NA MAIOR **GÔNDOLA** DO BRASIL

PARABÉNS,
REVISTA GÔNDOLA
PELOS SEUS **25** ANOS



✦ avivar.com.br | [f](#) [ig](#) [tw](#) [yt](#) [in](#)

São Sebastião do Oeste/MG - Matriz: (37) 3286-2000 • Divinópolis: (37) 9 9841-0310 | (37) 9 9922-9137 • Belo Horizonte: (31) 9 7180-1551 • Juiz de Fora: (32) 9 9903-3669

Ipatinga: (33) 9 9963-3971 • Governador Valadares: (33) 9 9955-9662 • Uberlândia: (34) 3225-9777 | (34) 9 9912-9260 • Varginha: (35) 9 9717-0460

Uberaba: (35) 9 9717-0274 • Montes Claros: (38) 9 9918-7451 • Rio de Janeiro: (21) 9 7275-6974 • Espírito Santo: (27) 9 9720-2824



Aymoré: 95 anos de tradição em Minas Gerais

A Aymoré, marca do portfólio da Arcor do Brasil, completa, este ano, 95 anos de história. Para comemorar esse marco, assim como enaltecer o orgulho de fazer parte da família mineira em tantos momentos memoráveis da vida, a marca lança uma campanha integrada que reforça sua trajetória de sucesso e as passagens que teve ao longo dessas décadas.

Com o mote “Aymoré. O tempo passa, o sabor fica”, a ação conta com ampla presença na mídia de forma simultânea, incluindo um comercial de TV para os principais canais abertos da região, um filme com o mesmo enredo para o Youtube, anúncios em rádio, divulgações em aeroporto e OOH (ônibus e pontos de ônibus). Outra novidade da marca para o consumidor são os lançamentos dos biscoitos Leite Maltado 200g, Polvilho 100g nos sabores Tradicional e Queijo e a bala Aymoré (leite e chocolate), que chegam com a missão de agradar os mais variados paladares.

Tal iniciativa reforça o posicionamento da marca no mercado, uma vez que é a líder na categoria de biscoitos em Minas Gerais, com cerca de 73 toneladas de produtos por dia na fábrica de Contagem (MG), que chegam aos lares dos consumidores por meio de 40 mil pontos de venda distribuídos estrategicamente pelo País.

Dentro dessa história, a Revista GÔNDOLA teve um papel de destaque, já que os leitores são clientes e consumidores diretamente ligados ao varejo. Diversas edições, ao longo dos anos, tornaram-se ótimas oportunidades para destacar as novidades da Aymoré, com o objetivo de estreitar ainda mais o relacionamento da fabricante junto ao público-alvo. Assim, as pessoas e os parceiros puderam conhecer ainda mais o resultado do trabalho da empresa, que sempre produziu um portfólio alinhado com o que há de melhor e mais atual no setor alimentício.

Tarcilene Peixoto
Lima, gerente
Territorial





Aymoré 95^{anos}

O TEMPO PASSA.
O SABOR FICA.





Grupo 3corações faz aniversário de 60 anos

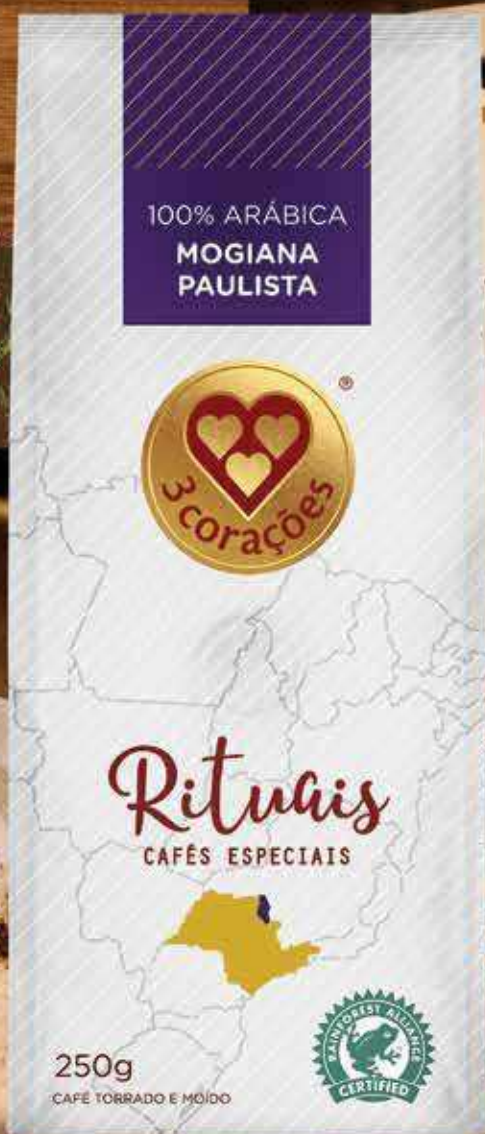
"Ficamos felizes em celebrar os 25 anos da Revista GÔNDOLA no mesmo ano que o Grupo 3corações celebra os seus 60 anos. Parabenizamos a AMIS pela revista que vai além de ser apenas um veículo de comunicação, sendo uma grande parceira da indústria de alimentos e os supermercadistas mineiros. A AMIS cria laços fortes e integra os supermercadistas deste Estado através de um trabalho competente e edificante que propicia um desenvolvimento sólido ao setor. Estamos imensamente agradecidos pelo apoio recebido, é perceptível o quanto essa parceria contribui em nossa caminhada e incentiva novos projetos," comenta Paulo Lima, Diretor Comercial do Grupo 3corações.



Paulo Lima,
diretor Comercial
do Grupo
3corações.

UMA JORNADA
GUIADA PELOS

sentidos



Conheça a linha completa em:
cafe3coracoes.com.br/rituais



CONHEÇA TAMBÉM O PROJETO FLORADA:
PROJETO SOCIAL QUE VALORIZA O TRABALHO
DE MULHERES CAFEICULTORAS. 100% DO
LUCRO DOS MICROLOTES FRUTOS DO PROJETO
FLORADA É REVERTIDO PARA PRODUTORAS.

WWW.PROJETOFLOARDA.COM.BR





Coca-Cola

"Nós da Coca-Cola FEMSA Brasil nos sentimos honrados em fazer parte do aniversário de 25 anos da Revista GÔNDOLA e de sermos um dos maiores anunciantes deste importante veículo de comunicação do Varejo Mineiro, concebida por uma das mais respeitadas Associações de Supermercadistas do País, a AMIS.

Neste período, a Revista GÔNDOLA vem contribuindo para fortalecer o relevante trabalho deste setor e unir cada vez mais a indústria com o Varejo, com foco na geração de valor para ambas as partes.

Temos grande orgulho da nossa presença em Minas Gerais, por meio da fábrica sustentável construída em Itabrito e inaugurada em 2015. Cerca de 360

colaboradores próprios e 300 terceirizados atuam somente nesta unidade, que conta com sete linhas de produção focadas na fabricação de Coca-Cola (original e zero) Sprite (original e zero), Fanta Laranja, Fanta Uva Fanta Guaraná, Schweppes (original e zero), Guaraná Kuat (original e zero) e Guarapan. Nossa logística inclui frota própria de 18 caminhões e 8 centros de distribuição.

A parceria com a Revista GÔNDOLA faz parte dessa história e reflete nosso foco obsessivo pela excelência no atendimento aos nossos clientes e ao consumidor, juntamente com nossa missão de gerar valor econômico, ambiental e social nos locais que estamos presentes."



Adalberto Fofan, diretor Comercial Key Account, Coca-Cola Femsa Brasil

GUARAPAN®

ORGULHO DE SER MINEIRO





REVISTA GÔNDOLA [25º ANIVERSÁRIO]

FORNECEDORES E GÔNDOLA

Revista GÔNDOLA. Um marco de 25 anos de varejo e parceria com a Codil Alimentos

A CODIL ALIMENTOS PARABENIZA A REVISTA GÔNDOLA PELOS 25 ANOS DE JORNALISMO FOCADO NO VAREJO SUPERMERCADISTA.

A história da Revista GÔNDOLA registra o dinamismo e o vigor da trajetória supermercadista e da sua cadeia de fornecedores. Em suas páginas, ela sempre enquadró os fatos mais relevantes do trade supermercadista, bem como trouxe ao grande público as evoluções comportamentais e de tecnologia que vem transformando o varejo no Brasil.

A Codil Alimentos, que em 2020 vai completar 50 anos de atividades, acompanhou desde o início a criação da publicação. Temos um imenso prazer em ter contribuído com o fortalecimento da publicação e a certeza de ter ajudado a

escrever diversas páginas dessa história vitoriosa.

Para o futuro, a Revista GÔNDOLA continua sendo fundamental para a Codil, por sua penetração no setor, contribuindo para a divulgação dos nossos produtos e levando a tradição da nossa marca até os supermercadistas.

Com atuação mais ampla do que apenas a de um órgão de imprensa, a Revista GÔNDOLA é hoje um dos maiores veículos de comunicação do segmento no Brasil. Codil 50 anos, GÔNDOLA 25 anos, histórias de sucesso que só acontecem quando se escreve junto.



Da esq. para a dir.,
André Abdo Costa,
gerente Comercial;
Dennis Oliveira,
Marketing e Arlindo
Martins, diretor

A GENTE SE REENCONTRA Na SUPERMINAS!



AGÊNCIA LIFE

VISITE O STAND DA
CODIL E VEJA DE PERTO
AS NOVIDADES QUE
SERÃO SUCESSO DE
VENDAS NAS GÔNDOLAS.
OPORTUNIDADE PARA
EXCELENTES NEGÓCIOS!



Data: **15, 16 e 17** de outubro.
Local: **Expominas**/Stand 97
Av. D, esquina com Rua 7,
Pavilhão Gerais.



WWW.ARROZCODIL.COM.BR

Plano de comunicação



Rádio



Internet



Brindes



TV



Revistas

atendimento@arrozcodil.com.br

Av. Autorama, 1.351, São Judas Tadeu, Divinópolis/MG.
Tel.: 37 3512-1000



O sabor do essencial

Parceria de muitos anos com a GÔNDOLA

A Porto Alegre é uma empresa presente no mercado há 28 anos, que tem sua origem em uma fazenda localizada no município de Rio Doce (MG). Entre os produtos fabricados estão: requeijão, manteiga, leite, creme de leite, bebidas lácteas e cremes de queijo. Há também uma grande variedade de queijos, entre eles: mussarela, prato, minas padrão, minas frescal, ricota, cottage, parmesão, meia cura e provolone. A linha institucional da Porto Alegre, que inclui o soro de leite em pó e a mussarela cubetada, atende o canal food service. Considerando todo portfólio, são cerca de 80 SKUs e em breve o portfólio crescerá através do lançamento de novos produtos.

A parceria entre a Revista GÔNDOLA e a Porto Alegre é de muitos anos e, foi consolidada por meio da agenda de eventos da Amis, que conta com a cobertura completa da Superminas e das feiras como Sevar e Líderes do Varejo, prestigiadas pela empresa, que vê estas iniciativas como base importante para o relacionamento com os supermercadistas de todas as regiões mineiras.

Nas gôndolas deste mês, duas ótimas notícias: novas embalagens Porto Alegre e 25 anos da revista.

Ir sempre em busca de informações valiosas, divulgar novidades, investir em qualidade, se manter atual e acompanhar as tendências de mercado.

Há 25 anos, a Revista Gôndola faz tudo isso com toda a propriedade.

Parabéns: comemorar uma data especial de um parceiro
tão parecido com a gente nos
enche de orgulho.

PRO



O sabor do essencial

☎ 0800 039 1439

🌐 laticiniosportoalegre.com.br

📺 /portoalegrelaticinios

📷 /laticiniosportoalegre

📱 /laticinios-porto-alegre

LEITE DESNATADO E SEMIDESNATADO TRADICIONAL E ZERO LACTOSE - AVISO IMPORTANTE: ESTE PRODUTO NÃO DEVE SER USADO PARA ALIMENTAR CRIANÇAS, EXCETO POR INDICAÇÃO EXPRESSA DE MÉDICO OU NUTRICIONISTA. O ALEITAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS 2 (DOIS) ANOS DE IDADE OU MAIS. LEITE INTEGRAL - AVISO IMPORTANTE: ESTE PRODUTO NÃO DEVE SER USADO PARA ALIMENTAR CRIANÇAS MENORES DE 1 (UM) ANO DE IDADE, EXCETO POR INDICAÇÃO EXPRESSA DE MÉDICO OU NUTRICIONISTA. O ALEITAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS 2 (DOIS) ANOS DE IDADE OU MAIS.



Nestlé

Nestlé, presente em cerca de 99% dos lares do País

A Nestlé tem uma longa jornada de atuação no mercado brasileiro, com mais de 98 anos de presença no Brasil, e está dentro de cerca de 99% dos lares do País com suas marcas e serviços. Isso só é possível porque buscamos sempre inovar e nos renovar constantemente para atender as demandas e necessidades das pessoas, famílias e comunidades em que estamos presentes. Para entender essas demandas e necessidades, atuamos de forma a manter sempre uma conversa e canais abertos para todos os nossos públicos, em espaços qualificados de troca. Dessa forma, conseguimos não só comunicar o que estamos fazendo,

com transparência, mas também entender o impacto e relevância das inovações que estamos constantemente desenvolvendo, além de buscar informações sobre tendências e oportunidades. Dentro da revista GÔNDOLA, conseguimos ter esse ambiente de diálogo com o mercado e com nossos públicos, por meio de conteúdos de qualidade e credibilidade. A revista, que completa 25 anos de existência, consegue trazer, de forma atual e qualificada, informações muito importantes sobre o mercado. Parabenizamos a publicação por seu aniversário e esperamos seguir sempre junto com ela nessa jornada de sucesso.

Josué de la Maza,
vice-presidente
de Vendas



PROMOÇÃO



Nestlé

GANHOUC
CAUSOU



VOCÊ
GANHA
1 MILHÃO

ESSAS
CAUSAS
DIVIDEM
1 MILHÃO



MILHARES DE PRÊMIOS
INSTANTÂNEOS*

CADASTRE-SE EM

GANHOUCAUSOUNESTLE.COM.BR

OU ENVIE GANHOUCAUSOU PARA



(11) 99597-5946

O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: APÓS OS 6 (SEIS) MESES DE IDADE,
CONTINUE AMAMENTANDO SEU FILHO E OFEREÇA NOVOS ALIMENTOS.



Nutril de Norte a Sul do Brasil

Indústria tradicional de Minas Gerais, a Nutriway é muito conhecida pelos excelentes produtos Nutril. Há mais de 30 ANOS na mesa dos consumidores brasileiros sempre mantendo a mesma qualidade e padrão, possui um mix variado para qualquer hora do dia.

Atua no mercado com distribuidores, atacadistas, grandes redes de supermercados e varejo, produzindo leite em pó, formulados e achocolatados. Recentemente, após a participação numa Feira Internacional em busca de novidades para o mercado, lançou um produto diferenciado que promete trazer um novo conceito em alimentação, de fácil preparo e sabor delicioso: o Gran Purê Real, em seis sabores.

Em busca de atualização constante para o desenvolvimento de novos produtos, a força da Indústria aliada à tecnologia, posiciona a Nutril frente aos grandes clientes à capilaridade de distribuição em toda cadeia de varejo, e a parceria com a AMIS é parte desse resultado.

A Nutril reconhece que a Revista GÔNDOLA é um importante veículo que promove união e corporativismo através da promoção do conhecimento, capacitação e profissionalismo. É fundamental para qualquer indústria que tem um produto representativo se aproximar da AMIS.



Luiz Carlos Mundim
e Alex Silva,
sócios- diretores



Faz parte da sua vida

Nutriway celebra os 25 Anos da Revista Gôndola!

Nossa empresa sabe o que é crescer e entende que para permanecer há tanto tempo no mercado precisa surpreender a família brasileira.

Nutriway e Gôndola tem muito em comum: potencial, credibilidade e superação.



Lançamento



Plena, mineiros com muito orgulho

Falar sobre os 25 anos da Revista GÔNDOLA me remete a olhar para a nossa história. A Plena, fundada há 29 anos, é hoje uma das maiores empresas do segmento frigorífico em Minas Gerais e no Brasil.

Somos uma companhia genuinamente mineira e, nossa trajetória, começou no centro-oeste do estado onde eu e meu irmão Marquinhos conhecemos o Dênio e formamos nossa sociedade. O início não foi fácil. De trabalhar em um açougue até chegarmos ao nosso primeiro negócio foi um percurso de muito aprendizado. E permanecemos aprendendo... Os valores da família sempre nos nortearam a tomar as melhores decisões.

O tempo passou e hoje a Plena conta com mais de 2 mil funcionários, geran-

do mais de 5 mil empregos indiretos. Além de Minas Gerais, estamos em São Paulo, Tocantins e Goiás e possuímos uma estrutura composta por três unidades de abate de bovinos, duas unidades industriais para beneficiamento de carnes e duas centrais de armazenagem e distribuição de produtos alimentícios, tudo isso, para oferecer ao mercado nossos melhores produtos.

Como bem sabemos, 25 anos não são 25 dias. A Revista GÔNDOLA, ao longo da sua jornada, carregou com afinco a missão de promover um diálogo mais aproximado entre a indústria e o trade mineiro. A Plena se orgulha por ter participado dessa história! Parabéns e que venham os próximos 25 ou 29...



Da esq. para a dir.,
Dênio Altivo,
Claudio Ney Maia
e Marcos Antônio Maia,
sócios-diretores



*Quando seu cliente
procura sabor, na
verdade ele quer Plena.*

Há 29 anos, a Plena produz alegria.

Toda qualidade, sabor e cuidado das nossas carnes têm um único propósito: proporcionar momentos felizes aos nossos clientes.



31 3519-3400 | plenaalimentos.com.br

 @plenaalimentos
 /plena-alimentos
 /plenaalimentos.com.br



REVISTA GÔNDOLA [25º ANIVERSÁRIO]

FORNECEDORES E GÔNDOLA



Start celebra os 25 anos da Revista GÔNDOLA

Detentora do maior mix de produtos de limpeza doméstica e profissional do País, com marcas ranqueadas nacionalmente, a Start celebra 32 anos em 2019.

A Start possui vários produtos que oferecem soluções para a dona de casa que, em tempos de recessão, busca preços menores, sem abrir mão da qualidade. Além disso, possui produtos para limpeza profissional, agropecuária, alimentícia, pós-obra, hospitalar e linha automotiva.

A indústria mineira, que segue investido em tecnologias que agreguem valor aos produtos, não poderia deixar de parabenizar a Revista GÔNDOLA pelos seus 25 anos de história.

"Nossas marcas só estão bem posicionadas no mercado por conta de parcerias como essa. A Revista GÔNDOLA leva nossos produtos com o mesmo respeito que nossos representantes. Esperamos que venham muitos anos e motivos para celebrar", disse Marcos Pergher, vice-presidente da Start.



Fábio e Marcos Pergher,
presidente e vice
presidente

A LINHA DE ALVEJANTES SEM CLORO TUFF,
A MARCA LÍDER EM RENTABILIDADE,
JÁ É A SEGUNDA MARCA MAIS VENDIDA DO BRASIL.



A frequência média de compra de alvejante em pó é de 1,2 vez ao ano, enquanto o alvejante líquido é adquirido 3,5 vezes por ano, de acordo com dados Nielsen.

EXPOSIÇÃO VENDEDORA

> Quando posicionada ao lado de amaciante concentrado, a categoria de alvejantes tem, na média, um aumento de penetração de 6% nas cestas dos consumidores.

> Não posicione ao lado de água sanitária pois 80% dos lares brasileiros utilizam água sanitária no banheiro, e cada vez menos usam como solução para retirada de manchas.



MERCADO



RÁDIO



INTERNET



TV



CELULAR



VENDAS
GOIÂNIA/GO - 62 3636-2017
UBERLÂNDIA/MG - 34 3292 6191



www.startquimica.com.br



AZULIM

A START FEZ DA MARCA AZULIM UMA DAS MAIS FORTES DO MERCADO.
AZULIM INSPIROU A START A INOVAR SEMPRE.
A INOVAÇÃO TROUXE MARCAS E PRODUTOS QUE CONQUISTAM
CADA VEZ MAIS ESPAÇO.



**Trevinho®**

Trevo Lácteos, trajetória de evolução e inovação

É notória a representatividade do canal de autosserviço e seu crescimento ao longo destes 25 anos, principalmente, no que tange a categoria de produtos lácteos. Diversos e importantes saltos na gestão; a oferta de produtos e serviços especializados; a diversificação dos formatos de varejo; a gestão de categoria de produtos; a constituição de redes e associações varejistas; bem como fusões e aquisições, foram decisivos nesse cenário.

A Trevo Lácteos acompanhou esta trajetória, em um processo de evolução e inovação com comprometimento e relacionamento dedicado ao setor e seus clientes. Prova disto, é a aquisição constante de equipamentos de alta tecnologia, profissio-

nais especializados, produtos inovadores, departamentos dedicados à pesquisa, inovação e rigorosos controles de qualidade. Suas marcas Apreciare, Trevinho, Pulsi e Rural assinam um mix de aproximadamente de 100 produtos presentes em mais de 10.000 pontos de vendas.

A Revista GONDOLA tem um papel importante neste cenário por ser um veículo de expressão e credibilidade, com a cobertura de conteúdos e informações relevantes e atualizadas para todo o setor, promovendo uma forte conexão entre a indústria e os varejistas supermercadistas. Com muita alegria celebramos sua trajetória e nossa parceria e desejamos que seja dada continuidade a esta história de solidez e crescimento!

Marcelino Resende,
diretor



apreciare

AMPLO

NOVIDADE QUE DÁ ÁGUA NA BOCA E RESULTADOS NA GÔNDOLA.

O Queijo tipo **QUARK APRECIARE** é um tipo de queijo fresco, levinho, saboroso e muito cremoso. Com pedaços de frutas - de verdade - ou no sabor café com caramelo, hum.... Não dá pra resistir! Novidade por aqui, ele já é bastante popular na culinária de diversos países europeus. Uma grande oportunidade de negócios pra você e um produto inovador pra seus clientes.

CHEGA DE ÁGUA NA BOCA!
EXPERIMENTE LOGO MAIS ESSA INOVAÇÃO APRECIARE.



Tendência de consumo internacional



Produto proteico



Suporte digital



Sabores de frutas com pedaços



Material de PDV completo



Eventos e degustações

6,4_g
DE PROTEÍNA

5,8_g
DE PROTEÍNA
&
PEDAÇOS DE FRUTA





Criopan, um fornecedor diferenciado

A Criopan é pioneira na tecnologia para congelamento de produtos alimentícios, em especial o setor de panificação. São 20 anos de experiência atendendo a estabelecimentos de varejo dos mais variados portes e perfis de consumo.

Ao longo desses anos, este foi nosso principal aprendizado: oferecer um produto de qualidade, no mercado hipercompetitivo de hoje, não passa de uma obrigação. O que realmente faz com que a Criopan seja um fornecedor diferenciado está muito além do produto. A empresa detém know-how acumulado para apoiar os estabelecimentos na definição do melhor mix de produtos, estratégia comercial e até o layout.

Outro aspecto determinante do sucesso da nossa operação é qualidade logística, já que produtos de panificação congelados possuem diversas peculiaridades no transporte, conservação e ti-

ming até chegar às mãos do consumidor. A logística Criopan é capaz de entender as especificidades de cada nicho de mercado e perfil de negócio, propondo soluções sólidas e, principalmente, com visão de médio prazo, para sustentar resultados consistentes nos setores de panificação.

Aproveitamos para destacar o maior patrimônio conquistado pela Criopan ao longo desses anos: as nossas diversas equipes de colaboradores diretos e indiretos, que são parte fundamental dessa jornada.

Agradecemos também a cada um dos clientes atendidos, que confiam no nosso trabalho e crescem junto conosco.

Por último, e não menos importante, parabenizamos a revista GÔNDOLA pelos anos de história promovendo a integração dos setores supermercadistas com informação, responsabilidade e idoneidade.

Marnio Brito e
Pedro Barros,
sócios-diretores





A LINHA DE PRODUTOS NA MEDIDA CERTA PARA O SEU CLIENTE ENCHER O CARRINHO.

Pães de sal • Pães doces • Pães especiais • Pães integrais • Roscas • Salgados • Folhados
Croissants • Churros • Pães de queijo • Mini Pizzas • Quiches • Bolos • Cookies • Brownies

A Criopan trabalha há mais de 20 anos fornecendo produtos de panificação a redes de varejo de todos os portes, com qualidade de ponta a ponta, desde a logística até o produto final. Experimente Criopan e veja o seu negócio crescer!

Confira a linha completa de produtos em
www.criopan.com.br

31 3691 1381 • 31 99837 3121
vendas@criopan.com.br



CRIPAN
INDÚSTRIA DE ALIMENTOS



GÔNDOLA e Tupguar, uma parceria do jeitinho que mineiro gosta

Com uma história de mais de 70 anos, TUPGUAR está cada vez mais presente na mesa dos brasileiros. A empresa destaca-se por sua tradição na fabricação do polvilho natural, que é feita de forma artesanal em escala industrial, focada na qualidade, na garantia da segurança alimentar, e na satisfação de seus consumidores. Com respeito às leis ambientais. No mercado, é possível encontrar o polvilho Tupguar nos tipos: doce, azedo, especial para pão de queijo e, queridinha do público, a mistura Tupmix.

Desde 2015, com entrada da quarta geração, a indústria vem investindo em inovação sim, mas sem perder sua principal característica que é o sabor inigualável a expansão, a busca constante na excelência e em oferecer o melhor. A empresa conta com todas as certificações e qualificações necessárias no mercado brasileiro e internacional. Hoje a Tupguar está no Japão.

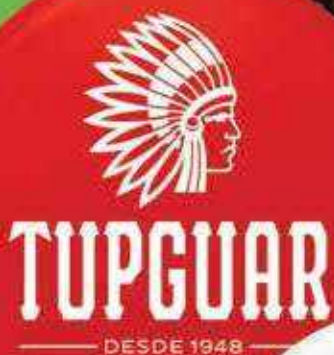
Tupguar, pela primeira vez, foi indicada entre as seis empresas, na categoria Cereais, no Troféu Gente Nossa Fornecedor 2019. Sentimo-nos honrados pelo resultado fortalecendo a ótima parceria com a AMIS.

É importante salientar que, parte do sucesso e do crescimento da Tupguar vem da parceria com a revista GÔNDOLA, que proporcionou à indústria a visibilidade que precisa-

va para alcançar novos público e manter nossos clientes. A TUPGUAR é parceira e amiga de nossos clientes, sendo assim nos identificamos com a revista GONDOLA. E é um prazer enorme estar presente nesse momento importante na vida dos supermercadistas, pois só a AMIS para oferecer uma publicação tão rica e importante como a GÔNDOLA, com seus 25 anos de trajetória. Vida longa à GÔNDOLA!



Lara Carvalho,
diretora



Que a gente ama polvilho não é segredo pra ninguém. A novidade é que esse carinho todo agora se espalha pelo público consumidor e entre alguns dos mais renomados profissionais do meio gastronômico. Vem com a gente fazer parte desse movimento você também!

Polvilhos 100% naturais, secos ao sol, produzidos de forma artesanal em escala comercial.

(35) 3653-1222

 /TUPGUAR



Há 70 anos da nossa família para a sua



REVISTA GÔNDOLA [25º ANIVERSÁRIO]

FORNECEDORES E GÔNDOLA



De Marchi, Amis e revista GÔNDOLA como parceiras

A De Marchi Minas começou suas operações há 15 anos e em nossa trajetória sempre tivemos a Amis e a Revista GÔNDOLA como parceiras. Foram inúmeras publicações na GÔNDOLA e participações com stand na Superminas.

Todas essas ações contribuíram imensamente para abrir as portas para a De Marchi no estado de Minas Gerais, ficamos conhecidos e isso foi fator fundamental para o nosso sucesso.

É uma honra poder falar da GÔNDOLA e dizer que o nosso sentimento é de gratidão com essa entidade que tanto colaborou para o nosso sucesso. Hoje a De Marchi Minas é uma realidade no Mercado Mineiro, temos participação importante no food service e no retail, os nossos produtos estão nas ilhas dos grandes supermercadistas do estado e isso para nós é motivo de muito orgulho e certeza que o sucesso sim é previsível.

25 anos da GÔNDOLA, 25 anos enriquecendo os seus leitores com um conteúdo fantástico, levando ao varejo mineiro informações ricas e precisas sobre o mercado econômico, tendências, inovações, gestão de pessoas e informações atualizadas do setor.

Parabéns a GÔNDOLA, a Amis e principalmente parabéns a todos os envolvidos na elaboração dessa ferramenta de tão grande importância do mercado varejista!



Zeiler Lopes, sócio-diretor

Legumes IQF

Novas embalagens e Novos produtos.
São mais de 10 variedades disponíveis em
práticas embalagens de 300g.



Legumes Turma da Mônica

Lançamento

A Turma mais divertida do Brasil vai fazer sucesso
na mesa com pais e filhos



NOVIDADES *De Marchi*

Saudáveis e muito mais Práticos.



Açaí Bites

Novidade

Bombons de Açaí cobertos com delicioso
chocolate 70% de cacau. Combinação
deliciosa e prática para o dia-a-dia.

Polpas De Marchi

Nova Embalagem e Novo Processo

Embalagens fáceis de abrir e novo processo que preserva
mais as propriedades da fruta. Mais de 30 sabores!

De Marchi Minas
31 3328-0010

A De Marchi é certificada por órgãos interna-
cionais de Qualidade e Segurança Alimentar.



demarchi.com.br



REVISTA GÔNDOLA [25º ANIVERSÁRIO]

FORNECEDORES E GÔNDOLA



Alberto
Antônio de
Assis, diretor
Industrial



Renato Geraldo
de Assunção,
diretor
Administrativo



Produtos Rocinha, do campo para sua cozinha

A versatilidade do milho impressiona! Entre vários tipos e utilidades, ele se destaca na culinária, nas indústrias, como ração animal e na produção de combustível. Nutritivo, com alta capacidade de produção e responsivo à tecnologia, o cereal é um dos mais cultivados no planeta. Segundo estudos, representa 40% da safra brasileira de grãos e nosso país é o 3º maior produtor, atrás apenas dos EUA e da China.

Com tanto potencial, não é atoa que o milho tornou-se matéria-prima dos farináceos Produtos Rocinha. Há mais de 30 anos, a empresa é especializada na fabricação de Fubá de Canjica, Fubá Moinho D'água e Farinha de Milho, ingredientes indispensáveis do cotidiano. Unindo tradição e qualidade, os grãos são processados em moinhos de pedra, mantendo características originais de textura e sabor, fator decisivo para atingir melhores resultados nas receitas! Alimento natural, sem corantes e conservantes.

A gente sente a diferença quando degusta um prato com ingredientes especiais, né? O mesmo acontece quando acessamos um veículo de comunicação qualificado! E é assim com a Revista GÔNDOLA, que completa 25 anos. É uma honra acompanhar e fazer parte deste trajeto!

**“TRADICIONALMENTE
MOÍDO NA PEDRA”**



**Há mais de 30 anos,
fornecendo um alimento 100%
natural e eficaz nas receitas!**



Fubá de Canjica

Produto versátil, prático e com
textura leve, eficiente no
preparo de bolos, cremes,
biscoitos, empanados e até
mesmo macarrão sem glúten.

Farinha de Milho

Flocos crocantes e saborosos
capazes de deixar as farofas,
sopas, os bolos e tropeiros
ainda mais deliciosos
e atraentes.

Fubá Moinho D'Água

Apresenta maiores valores
energéticos e nutritivos,
ótimo para preparar angu,
mingau e caçarolas.



Brixx: a evolução da distribuição em hortifruti

A Brixx é uma empresa atacadista no setor hortifrutigranjeiro, que busca terceirizar a compra do hortifruti para os supermercadistas, e com isso dividir com seus clientes informações privilegiadas, antecipando as tendências do mercado.

A empresa conta com profissionais altamente qualificados que vivenciam o dia a dia dos produtores, rastreando todo o processo desde a colheita, armazenagem e transporte até o ponto de venda.

Nossa modalidade de trabalho vem crescendo muito a cada dia, uma vez que, devido às condições climáticas rigorosas que temos enfrentado nos últimos anos, temos parceria fechada com os maiores produtores do Brasil, além de importações próprias que nos garantem abastecimento regular aos nossos clientes durante o ano todo, mesmo no período de entressafra.

Alcançando os objetivos dos seus clientes, a Brixx atinge a representatividade necessária que se espera do setor Hortifruti dentro do universo supermercadista.

A Revista GÔNDOLA completa 25 anos!

Muito mais do que parabéns, nosso agradecimento pela sua história como publicação de referência para o setor supermercadista, trazendo informações e notícias atualizadas do segmento.



Marcio Corradi Elias, diretor Comercial

Deixe a Brixx trabalhar por você!

*Com a assessoria e a experiência comprovada
em distribuição de hortifruti, a Brixx garante
o sucesso do seu negócio.*



Ligue agora e saiba tudo o que a Brixx pode fazer por você:

31 3394.2671 99832.0012

brixx 
a evolução da distribuição em hortifruti



Eficiência na distribuição de hortifrúti

A Experfrut foi criada por um grupo com mais de 50 anos de experiência no setor, para atender uma demanda de mercado já que a linha de hortifrúti é muito específica e difícil de trabalhar. O grupo decidiu direcionar todo seu know how com relação ao conhecimento de logística e de abastecimento de hortifrúti para o consumidor final, através das redes varejistas.

A empresa tem obtido um grande sucesso, realizando um planejamento estratégico e atendendo as demandas do público final, principalmente o supermercadista, que precisa de um atendimento específico nessa área. É uma área muito volátil, que tem uma dinâmica de preços que muda diariamente em função da lei da oferta e da procura. A empresa tem alcançado ótimos resultados, retirando do supermercadista toda preocupação inerente ao trabalho em uma área tão complexa.

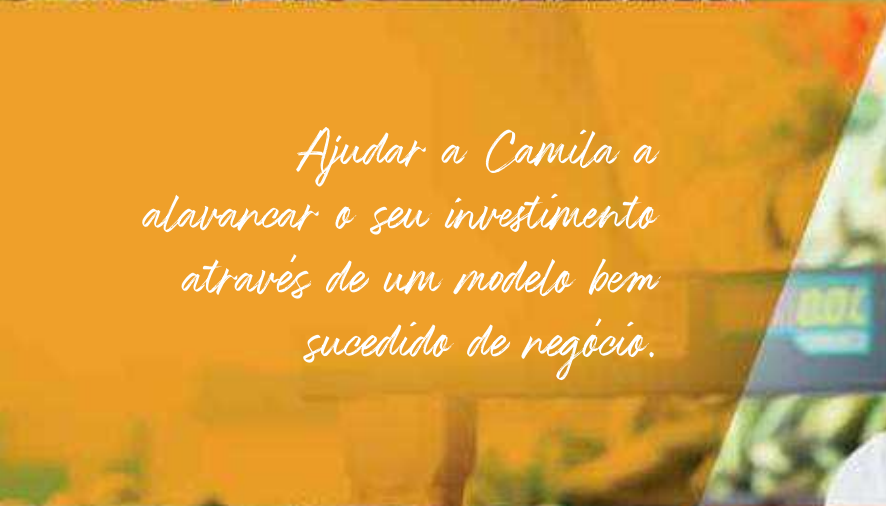
A Experfrut parabeniza todos os profissionais da Revista GÔNDOLA pelo seu excelente trabalho e dedicação nesses 25 anos de publicação. O setor supermercadista é presenteado, a cada edição, com reportagens, artigos e seções que trazem, sempre, informações atualizadas e inovadoras. Este belo trabalho contribui de forma relevante para o engrandecimento da nossa atividade.



Caio Dias Gomide, diretor Geral



Escolher os melhores fornecedores, como o Ademir, para certificar a qualidade que chega ao varejo.



Ajudar a Camila a alavancar o seu investimento através de um modelo bem sucedido de negócio.



Garantir o frescor e o sabor das frutas e legumes que chegam até a Fernanda.

A ExperFrut Distribuidora e atacadista de hortifruti sabe como se faz!

A empresa faz parte de um grupo com mais de 50 anos de atuação, que possui **know how** para transformar o seu investimento em resultados.

A qualidade que você merece!



logística e abastecimento



capacitação de equipe



redução de perdas



layout de loja estratégica



suporte administrativo



Tel.: 31 3393.5554

comercial@experfrut.com.br



Saudali, eleita a 3ª melhor empresa no segmento aves e suínos

A Saudali está localizada no Vale do Piranga, maior polo de suinocultura independente, e foi eleita neste ano, pela Revista Exame, a 3ª melhor empresa no segmento Aves e Suínos. Nosso mix é composto por mais de 200 produtos suínos temperados, defumados, embutidos e in natura. Recentemente, apresentamos a linha Menu Pronto, de refeições congeladas, abrangendo também outras proteínas além da carne suína.

Atuamos no mercado mineiro com o apoio de 135 representantes comerciais e vendedores, que atendem nossos 42.172 clientes em todo o estado. Em Minas Gerais, nossa equipe de vendas é dividida em nove regionais, que realizam atendimentos presenciais e o acompanhamento do Trade Marketing nos PDV's, com apoio de agências especializadas.

É com satisfação que participamos da edição comemorativa de 25 anos da Revista GÔNDOLA. Com conteúdos relevantes e destaque das principais inovações e lançamentos do setor supermercadista, a publicação alcançou prestígio e hoje é referência para a publicidade de produtos, estabelecimentos e marcas. Desejamos vida longa à Revista e que possamos continuar fazendo parte dessa trajetória de sucesso!



Adriano Pacheco, diretor Comercial

NOVA LINHA DE DEFUMADOS

Saudali

O SABOR E A QUALIDADE
QUE VOCÊ JÁ CONHECE,
AGORA EM PORÇÕES REDUZIDAS.



f i n v saudali.com.br

PALESTRAS, OFICINAS, FEIRA E BONS NEGÓCIOS

33º CONGRESSO E FEIRA **SUPERMERCADISTA** E DA **PANIFICAÇÃO**

SUPER MINAS®

FOOD SHOW 2019



15, 16 e 17 de
outubro
EXPOMINAS

BELO HORIZONTE /MG

GRANDES NOMES CONFIRMADOS NO CONGRESSO
E + DE **500 EXPOSITORES** NA FEIRA

AV. AMAZONAS, 6200 - GAMELEIRA, BELO HORIZONTE - MG



**PROMOÇÃO
SUPERPRÊMIOS**

Faça negócios na SUPERMINAS e concorra a prêmios,
inclusive um automóvel 0Km.
ASSOCIADOS AMIS E AMIPÃO GANHAM
CUPONS EM DOBRO.



Patrocínio oficial **Diamante**



Nestlé Faz bem

Patrocínio oficial **Prata**



PagSeguro

Patrocínio **Evento Feminino**



PANTENE

Marilan

Patrocínio
Secretaria



Patrocínio **Almoço Reunião**
Diretoria Amis/Abras



Patrocínio
Prêmios e Negócios



Patrocínio **Jantar VIP /**
Evento Feminino



Patrocínio **Jantar VIP**



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

Patrocínio **Cordão de Crachá**



Media **Partner**



Apoio **Master**



Correalização



Realização



amipaooficial
amisassociacao



amismg
amipao.mg



www.superminas.org.br

Informações e Inscrições: **31 2122 0500**



Já se preparou para o **FIM DE ANO?**

MUITOS SUPERMERCADISTAS COLOCAM O PLANEJAMENTO NO “PILOTO AUTOMÁTICO”
E DESPERDIÇAM O POTENCIAL DE VENDAS DO FIM DE ANO. VEJA COMO EVITAR ISSO

Eleonice Silva

Quem atua em supermercado já sabe que o período de fim de ano é impactante para as vendas, sendo que os meses de novembro e dezembro concentram pelo menos 30% do faturamento do ano inteiro. A época de bonança, com mais dinheiro na praça e com o consumidor permitindo-se ser mais generoso nas compras, entretanto, não é motivo para deixar a temporada de vendas no “piloto automático”.

Ações pontuais, especialmente nas lojas de vizinhança, categoria na qual se enquadra a maior parte dos supermercados, buscando a excelência operacional e a execução em loja, podem trazer bons resultados. O planejamento, por sua vez, continua sendo a ferramenta com maior capacidade de assegurar retorno mais condizente com a expectativa do supermercadista.

A dica é do consultor e instrutor dos cursos de marketing da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), Gustavo Jardim, que explica que o ideal é o planejamento a longo prazo, tendo em vista o potencial de vendas dos dois últimos meses do ano.

DESDE ABRIL

Grandes redes, como o Super Nosso, já incorporaram a prática ao iniciar a preparação

para o período festivo, bem cedo, em abril, quando o assunto *panetone* entra em pauta. O planejamento das ações internas para a jornada de novembro e dezembro se acelera por volta de julho e agosto no Super Nosso, quando entram em cena as encomendas que precisam ser feitas à indústria e as exigências das produções artesanais. Esse prazo costuma ser até antecipado, segundo a diretora de marketing da rede, Rafaela Nejm.

“Nosso planejamento tem início no Marketing, segue para o Comercial e depois envolvemos Operação de Lojas, Logística e RH. E fazemos um

Na página ao lado, jovem casal conversa sobre as compras que estão fazendo para as comemorações de final de ano em Belo Horizonte; abaixo, panetones especiais, produzidos da padaria do supermercado para as comemorações de fim de ano





As cestas de Natal são uma das atrações do fim de ano, mas exigem muito planejamento prévio

alinhamento geral mais perto de outubro e novembro”, detalha.

EXPERIÊNCIA

Mas se você fez um planejamento minucioso como o Super Nosso, ou não, a temporada de fim de ano ainda pode ser explorada com sucesso, empregando o que Gustavo Jardim chama de “excelência operacional”. Este procedimento inclui estancar um campeão de reclamação dos clientes, que é a ruptura ou a falta de produtos. Dá para entender a importância que esta ação carrega no final do ano, quando as lojas trabalham com produtos sazonais.

Na rede Consul, de Ipatinga, o gerente de marketing Gabriel Torres confirma a força dos sazonais: “no final de 2018, os produtos em destaque foram aves, panetones e linha de presentes”.

Neste ano, a rede Consul informa que vai apostar em produtos eletrônicos para incrementar a linha de presentes. No Super Nosso, as castanhas, aves, carnes, bebidas em geral, presentes, panetones, cestas, produtos gourmets e importados são os carros-chefe da época.

MAGIA

Como são produtos de estação, os sazonais fazem parte do imaginário de consumidores e consumidoras para serem usados em momentos especiais, como nas festas de Natal ou de Reveillon ou para presentear os entes queridos.

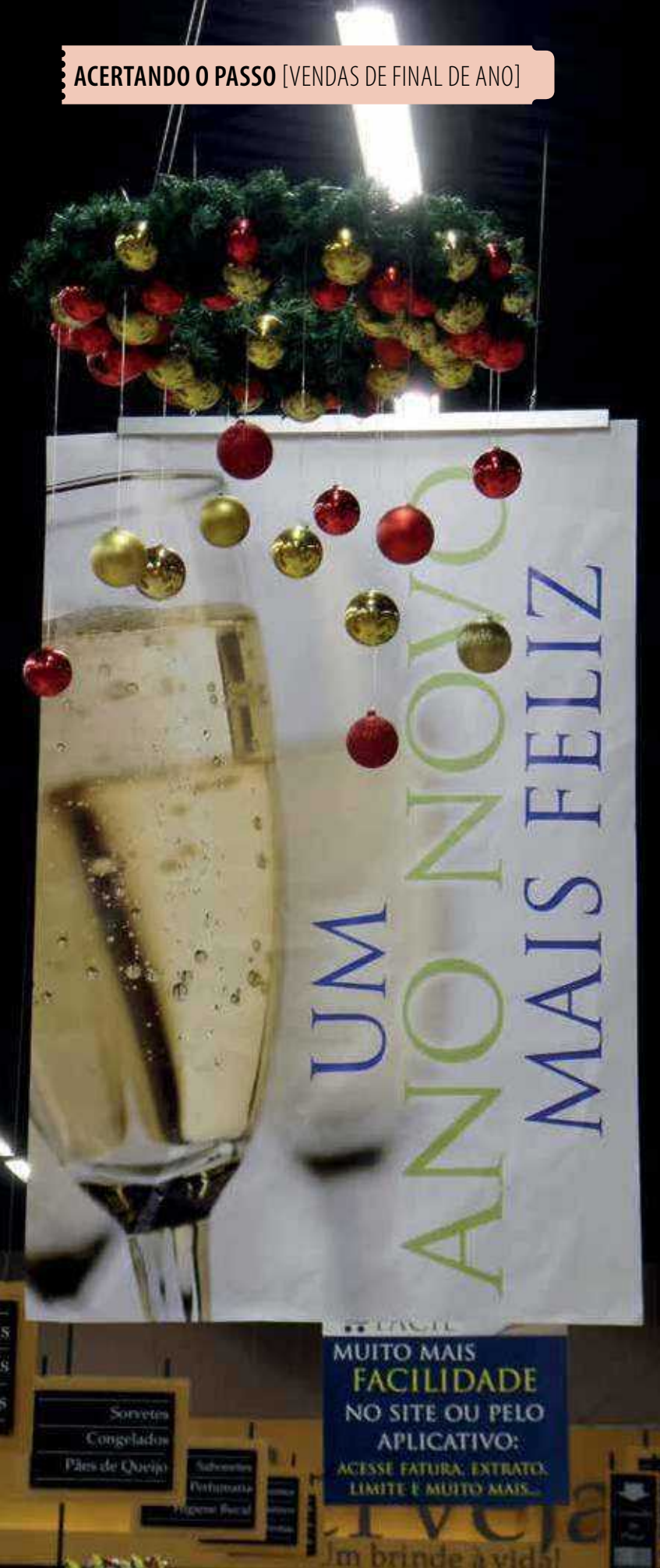
Procurar aquele produto alimentado pela expectativa de meses e não encontrar na loja em que compra habitualmente pode causar frustração e desencanto no cliente. E a época de fim de ano, definitivamente, não pode dispensar a magia

Bauducco

Gostinho
de
Natal
todos os dias



ACERTANDO O PASSO [VENDAS DE FINAL DE ANO]



NÃO SE ESQUEÇA

- 1- Tenha em mente que o período de vendas de fim de ano merece ser planejado. Se não deu para fazer isso neste ano, coloque esta meta para 2020;
- 2- Consulte os lançamentos da indústria para incrementar o *mix* de produtos sazonais; a indústria está ligada em tendências de consumo e cria um “atalho” com o gosto do cliente;
- 3- Na hora de fazer o sortimento, verifique o histórico de vendas e tire da lista o que encalhou no ano passado;
- 4- Abra espaço generoso na loja para colocar os produtos que você sabe que a clientela procura. Evite a ruptura de produtos e a insatisfação do seu cliente;
- 5- Capriche no atendimento: facilite a vida do cliente oferecendo as soluções que ele procura, com a agilidade que encanta e fideliza.

EXPLORANDO OS 5 SENTIDOS

- Tato:** sabia que um piso mais macio, como madeira ou carpete, faz o cliente andar mais devagar, explorando o salão do supermercado? Aposte nisto.
- Audição:** música cria um clima envolvente com o ambiente. Capriche na trilha sonora de Natal.
- Visão:** gôndolas bem montadas, que deixem em evidência cores e formatos de produtos industriais ou frutas e legumes, encham os olhos da clientela. A dica é preciosa na temporada.
- Paladar:** Sabia que 83% dos clientes compram após a degustação de um produto? Mas não basta só experimentar; reforce o atendimento para concluir a venda.
- Olfato:** Pense no poder de atração do cheiro do pão saindo do forno. Que tal explorar o olfato dos clientes, com a loja cheia em novembro e dezembro?

Fonte: Super Nosso, Rede de Cooperativas Consul e Gustavo Jardim – consultor e instrutor de marketing da AMIS

e o encanto como um propulsor das vendas. Super Nosso e rede Consul contam com o valioso recurso da decoração de Natal para criar o clima festivo já em outubro.

“O papel do varejo é tornar esse processo de compra no final de ano mais emotivo”, ensina o consultor Jardim, da AMIS, que insiste que o dimensionamento do espaço é decisivo para não deixar faltar os produtos procurados pela clientela, deixando-a insatisfeita.

É preciso calcular com a melhor precisão possível o espaço mais adequado para comportar os itens que o supermercadista já sabe que são os mais procurados na época campeã de vendas do ano. “Os cursos *G10* e *Gerenciamento de Categorias* da AMIS ajudam a fazer o dimensionamento”, indica o consultor.

OPERAÇÃO

O segundo ponto capaz de trazer ganhos importantes no final do ano é a execução em loja, citado por Gustavo Jardim. Nesse quesito, entra todo um arsenal de procedimentos que cada su-

permercado é capaz de colocar em prática para facilitar o acesso aos produtos.

São os produtos procurados pelo cliente, por um lado e, por outro, as ações que incrementam esse consumo típico de novembro e dezembro que permite que o supermercado incentive as vendas que lhe darão maior retorno, seja aumentando o volume de negócios ou a rentabilidade. “A exposição deve ser atrativa, impactante e irresistível”, aponta.

CESTAS DE NATAL

Um produto que se mostrou atrativo, impactante e irresistível e que já virou caso de sucesso em Belo Horizonte no fim de ano são as cestas do Super Nosso. O desempenho admirado deste produto montado pela rede tem explicação: ele na verdade é um projeto. Isso mesmo. As cestas de Natal do Super Nosso são frutos de um projeto, tudo muito profissionalizado.

“Temos uma equipe que há anos cuida desse projeto. Fazemos uma seleção apurada de produtos para que as opções de cestas sejam as

O espumantes e os vinhos em geral têm no final de ano um dos melhores momentos de vendas, seja para consumo próprio ou para presentear



AMIS no interior 2019



A AMIS ACREDITA NO POTENCIAL DO TRADE SUPERMERCADISTA MINEIRO. POR ISSO, VAI AO ENCONTRO DO EMPRESARIADO DO INTERIOR, LEVANDO PARA TODAS AS REGIÕES ESTRATÉGICAS DO ESTADO EVENTOS QUE PROMOVEM O FORTALECIMENTO E DESENVOLVIMENTO DO SETOR.

LÍDERES DO VAREJO



Caratinga

Patrocinadores/expositores	20
Cidades presentes	21
Participantes	279
Programa Vida (kg)	80

Uberaba

Patrocinadores/expositores	13
Cidades presentes	08
Participantes	231
Programa Vida (kg)	300

Poços de Caldas

Patrocinadores/expositores	13
Cidades presentes	14
Participantes	157
Programa Vida (kg)	140

Montes Claros

Patrocinadores/expositores	19
Cidades presentes	17
Participantes	337
Programa Vida (kg)	170

Paracatu

Patrocinadores/expositores	11
Cidades presentes	08
Participantes	243
Programa Vida (kg)	150

SEVAR



Divinópolis

Patrocinadores/expositores	42
Cidades presentes	34
Participantes	2037
Programa Vida (kg)	224

Ipatinga

Patrocinadores/expositores	43
Cidades presentes	40
Participantes	2494
Programa Vida (kg)	220

Pouso Alegre

Patrocinadores/expositores	44
Cidade presentes	46
Participantes	1741
Programa Vida (kg)	500

Juiz de Fora

Patrocinadores/expositores	63
Cidades presentes	57
Participantes	2704
Programa Vida (kg)	900

SUPER INTER



Uberlândia

Patrocinadores/expositores	147
Cidades presentes	64
Participantes	5787
Programa Vida (kg)	700



mais adequadas ao que o consumidor procura para presentear. Oferecemos confiança, qualidade, sofisticação, bom gosto, sabor e praticidade. E, claro, ótimo custo-benefício para impactar o cliente dentro do que ele pode e quer investir no presente”, explica Rafaela Nejm.

Há um verdadeiro passo-a-passo a ser seguido, que é mencionado por ela. “Também cuidamos com bastante minúcia de toda a operação de montagem. Verificamos a validade dos produtos, o cuidado ao dispô-los nas cestas, uma conferência completa para não haver erros, além dos mimos de embalagem, como papel de seda, fitas, tags. Tudo isso faz muita diferença!”

AGREGANDO VENDA

Se venda puxa venda, a rede Super Nosso só quer saber de aprofundar a experiência acumulada com a confirmação de que caiu no gosto de uma faixa de público bastante exigente. De acordo com a Diretora de Marketing, além das cestas variadas e as personalizadas na hora, a pedido do cliente, as festividades natalinas e de Ano Novo fazem girar kits de vinhos e de cervejas.

E o que as cestas do Super Nosso fazem com tanta categoria, obtendo volume de vendas e rentabilidade – incorporando produtos de maior valor agregado às cestas – a cada ano, é o que o consultor Gustavo Jardim chama de “associação de produtos”, e que deve ser estimulado no final do ano. Dentro da cesta eles são fáceis de identificar; na área do supermercado é preciso fazer com que o olhar do consumidor monte sua própria cesta ou o seu próprio kit.

APROXIMAÇÃO

Aproximar produtos que tenham afinidade entre eles, de valor mais acessível, contribuindo para a saída em volume ou então associando alguns de valor mais baixo com outros que permitem extrair margem maior, buscando rentabilidade – esse é jogo quase infinito de possibilidades, se o lojista verifica os hábitos de compra da clientela com o que ele pode incrementar. E lembre-



-se que o clima da temporada joga a favor, com o cliente mais propenso a considerar que mais vale um gosto do que o dinheiro no bolso.

A indústria, então, é parceira de primeira hora, como lembra Gabriel Torres, da rede Consul, avaliando que, na hora de fazer o suprimento para as vendas de novembro e dezembro, a consulta às novidades e lançamentos, bem como a revisão e o descarte da lista do que não “pegou” no fim do ano anterior é um critério que eles adotam para ter melhores resultados a cada ano.

Neste ano, a expectativa, tanto da rede Consul como a do Super Nosso, é de que as vendas de final de ano sejam melhores do que no ano passado. Rafaela, do Super Nosso, faz a estimativa de melhora levando em conta o aquecimento registrado ao longo deste ano em comparação com 2018.

CINCO SENTIDOS

Gustavo Jardim diz que a exposição im-

pactante é aquela capaz de criar emoções positivas no processo de compra. Como fazer isso? Explorando os cinco sentidos ligados aos produtos: os perfumes, as cores, a textura, a degustação e a música ambiente formam um conjunto arrebatador para canalizar as vendas se bem explorados.

Por fim, o consultor destaca o papel do atendimento nas campanhas internas de final de ano dos supermercados. A excelência operacional, especialmente no caso das lojas de vizinhança, que constituem a maior rede de supermercados em Minas e no país, conta com o bom atendimento para aquecer a temporada de vendas natalinas e de Réveillon.

“O preço não é o que vai determinar a venda nas lojas de vizinhança, ao contrário, por exemplo, dos atacarejos. Nas lojas de vizinhança o atendimento, contribuindo para que o cliente tenha acesso ao produto, é o que vai determinar a venda”, esclarece. 🛒

Na página anterior e acima: a árvore de Natal é fundamental para lembrar do forte apelo emocional deste período do ano



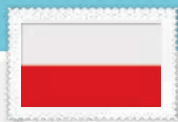
RALEY'S LEVA SUA CAMPANHA DE ALERTAS SOBRE AÇÚCAR À CATEGORIA DOS ATOMATADOS

As gôndolas com molhos atomatados da rede de supermercados Raley's passaram em setembro a incluir informações destacando a quantidade de açúcar contida nos diferentes itens à venda. A iniciativa integra a campanha iniciada em maio e que já incluiu outras categorias de produtos. No caso dos atomatados, as etiquetas apontam para os itens dizendo se têm de 5% a 25% de suas calorias vindas do açúcar adicionado à receita. Aqueles que estão na faixa de 5% ganham uma etiqueta dizendo "Melhor para Você". A primeira categoria que recebeu a campanha foi a de cereais matinais. A rede Raley's é proprietária de 129 lojas, sob cinco diferentes bandeiras.



REDE MERCADONA TEM 25,8% DO MERCADO ESPANHOL

A maior rede de supermercados da Espanha é a Mercadona, cuja sede é Madri, aponta pesquisa da Kantar naquele país, divulgada em setembro. A varejista responde por 25,8% do mercado. Somente na província espanhola da Catalunha, cuja principal cidade é Barcelona, que ela não é líder. Lá a liderança pertence à rede Bon Preu. O segundo colocado na Espanha como um todo, atrás portanto da Mercadona, é o Carrefour, com 8,7% do mercado. A rede alemã Lidl é a terceira colocada, com 5,5% do mercado espanhol.



MAIOR REDE NÃO VAI VENDER OVOS PRODUZIDOS POR GRANJAS COM GAIOLAS

A principal rede de supermercados da Polônia, a Biedronka, anunciou que vai reduzir gradativamente a oferta de ovos produzidos em granjas com gaiolas e que até 2025 este tipo de produto será extinto em suas lojas. A rede polonesa segue o mesmo caminho iniciado por outras redes europeias como o Carrefour (França), a Tesco (Reino Unido) e a Lidl (Alemanha). A primeira marca de ovos a ser retirada das prateleiras será a da própria rede. Apenas os ovos postos por galinhas livres de gaiolas serão vendidos.



REDE LIDL AMPLIA SEUS HORÁRIOS DE FUNCIONAMENTO, SEGUINDO A CONCORRÊNCIA

A gigante alemã de supermercados, Lidl, está revendo sua política de funcionamento para acompanhar mudanças em andamento nos concorrentes. Em setembro anunciou que em breve suas lojas ficarão abertas de 7 às 22 horas. Por enquanto, continuarão fechando às 20 horas ou às 21 horas, dependendo da localização. O funcionamento aos domingos varia também de acordo com a localização, com a maior parte das lojas da rede fechadas.



INTERMACHÉ VAI REFORMAR SUAS 1.826 LOJAS

A rede de supermercados francesa Intermarché iniciou a reforma de 1.826 lojas. O trabalho vai contemplar de 300 a 500 pontos de venda por ano. Além da renovação do visual, de equipamentos e dos imóveis, a rede está redesenhando o layout das lojas, assim como revendo seções e serviços. Os dirigentes do Intermarché fazem uma forte aposta em cativar os clientes por meio de uma prazerosa experiência de compra nas suas lojas.



SUPER ENCONTRO
VAREJISTA 2019

18ª EDIÇÃO

ZONA DA MATA

71º SEVAR

Super Encontro Varejista 2019



**OBRIGADO
POR SUA
PARTICIPAÇÃO!**

SUA PRESENÇA FOI
FUNDAMENTAL PARA O
SUCESSO DO EVENTO E É
ESSENCIAL PARA O
FORTALECIMENTO DO SETOR.

2.704 PARTICIPANTES

57 CIDADES PRESENTES

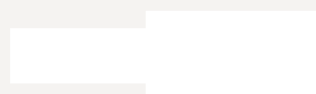
63 EXPOSITORES/PATROCINADORES

900kg DE ALIMENTOS DOADOS

AMIS
Associação Mineira de Supermercados



Supermercado
FAZ BEM
2019



Empresas que oferecem condições especiais para os associados da AMIS

		ÁREA	EMPRESA	CONTATO
1		Adquirência (máquinas de cartões)	PagSeguro	(31)2122-0500 relacionamento@amis.org.br
2		Conciliação de cartões crédito e débito	Concil	(11)2373-1527 rafael.oliveira@concil.com.br
3		Conciliação cartão de crédito e débito	Concilia	(31)3643-4334 (31)98793-2673 tadeu@conciliadorweb.com
4		Consultoria Contábil e financeira	Consulforte Contabilidade e Consultoria Contábil	(31) 99778-5355 (31) 3267-5807 marcos@consulforte.com.br
5		Consultoria Contábil e financeira	Contabilidade Riacho	(31) 2568-2115 (31) 98543-0719 marcelo@contabilidaderiacho.com.br
6		Consultoria Jurídica Trabalhista	Gontijo E Mendes Advogados E Associados	(31) 3290-8700 (31) 3290-8701 www.gontijomendes.com.br
7		Consultoria Ambiental	Seja Cor	(31) 98806-7374 izabel@sejacor.com
8		Consultoria em Governança Corporativa na Prática	CLR Consultoria Empresarial	(31) 3269-5900
9		Consultoria Jurídica Empresarial	Andrade Silva Advogados	(31) 2103-9560 (31)3287 - 4282 david@andradesilva.com.br
10	 ARRIEIRO & DILLY ADVOGADOS	Consultoria Jurídica Tributária	Arrieiro & Dilly Sociedade De Advogados	(31) 3318-1501 eduardo@adadv.com.br

		ÁREA	EMPRESA	CONTATO
11		Licenciamento do software e-Auditor Prestação de suporte técnico e fiscal para os assinantes do e-Auditor	E-AUDITORIA Softwares Como Serviços Ltda	(32) 3212-4324 frederico@e-auditoria.com.br
12		Recuperação de PIS e COFINS. Acerto do cadastro de produtos com relação a toda legislação do PIS e COFINS. Geração do EFD CONTRIBUIÇÕES	Stratus Consultoria Ltda	(47) 3276-6805 ivanor@stratusconsultoria.com.br
13		Consultoria Jurídica tributária, trabalhista e empresarial	Sgarbi & Magalhães Advogados	(31) 3234-2270 sgarbimagalhaes@sgarbimagalhaes.com.br
14		Contratação de estagiários e aprendizes	CIEE	(31) 3429-8144 empresas@cieemg.org.br (31)3429-8103 aprendiz@cieemg.org.br
15		Rastreabilidade	WQS do Brasil	(14) 3811 -3003 luciano.tamiso@wqscert.com
16		Rastreabilidade	Paripassu	(11) 4063-9175 www.paripassu.com.br
17		Registro de Marcas e Patentes	Propria Marcas E Patentes	(31) 3213-4877 propria@propriamarcas.com.br
18		Saúde odontológica	Belo Dente	(31) 3048-6100 www.belodente.com.br
19		Seguro patrimonial	Qualiseg Assessoria em Seguros Ltda	0800 701 4506 marcus@qualisegcorretora.com.br
20		Sistema de gestão de supermercados	Avanço Informática	(31) 3025-1188 avanco@avancoinfo.com.br
21		Sistema de gestão de supermercados	Linear Sistemas	(31)2511-3131 comercial@linearsistemas.com.br
22		Sistema de gestão de vale transporte (mobilidade urbana)	ABSCARD - Gestão Inteligente de Vale-transporte	(31) 3377-2592 0800 600 2592 claudia.silva@audaztec.com.br
23		Solução em Prev. Perdas no PDV, Recebimento, transferência de mercadoria	Top Sistemas	(11) 3522.7040 (19) 3405.2542 diretoria.top@topsistemas.com.br

		ÁREA	EMPRESA	CONTATO
24		Tecnologia E-commerce (Vendas pela internet) Condições exclusivas para associados.	VIP COMMERCE SISTEMAS	(31) 4141-0305 fernando@vipcommerce.com.br https://site.vipcommerce.com.br/
25		Área Financeira Cartão Próprio do Supermercado ou terceirização da carteira. Condições exclusivas para associados.	DM Card	(12) 2136-0120 (31) 99921-6445 comercial@dmcard.com.br
26		Gestão de Pessoas Plataforma Revex com 20% de desconto para todos os associados AMIS	Revex	(31) 2514-0004 dorirley.rodriago@revex.digital https://www.revex.digital/
27		Gestão de estoque Condições exclusivas para associados.	RGIS	(31) 3351-8750 aandrade@rgis.com https://www.rgis.com.br/
28		Tecnologia Sistema de gestão comercial, logística e trade marketing. As empresas associadas à AMIS serão beneficiadas com até 20% de desconto na aquisição de qualquer solução da Máxima	Máxima Tech	(62) 3412-2900 comercial@maximasistemas.com.br https://maximatech.com.br/
29		Gestão de Pessoas A Solides é especialista em identificação de perfil comportamental e criou um software que é usado em processos de contratação, gestão e desenvolvimento de pessoas. Condições exclusivas para associados.	Solides	(31) 3262-3464 filipe@solides.com.br https://www.solides.com.br/
30		Redução de custos, riscos e estresse da gestão fiscal do estoque. Apoio para redução de autuações fiscais. Auxílio na gestão do estoque, identificando inconsistências e problemas. Geração dos arquivos obrigatórios de restituição do ICMS/ST.	Destock	(31) 98476-4447 lucas@destock.com.br
31		Direito tributário, Societário, fusões e aquisições, Private Equity, Due Diligence Planejamento sucessório e patrimonial, contratos em geral; direito do trabalho, contencioso e arbitragem, recuperações de empresas e falências.	Lacerda Diniz e Sena Advogados	(31) 3507-7777 https://lacerdadinizsena.com.br/ gustavo.cordeiro@lacerdadinizsena.com.br



A **TRIGO ARTE** OFERECE OS MELHORES PRODUTOS E MELHORES SERVIÇOS EM PANIFICAÇÃO CONGELADA.

VISITE O NOSSO STAND NA **SUPERMINAS 2019**, EXPERIMENTE OS PRODUTOS DELICIOSOS QUE FAZEMOS E VEJA COMO É PRÁTICO TÊ-LOS NA SUA LOJA.



STAND 35 | RUA 04

www.trigoarteecia.com.br



Prepare-se para vendas surpreendentes.

Promoção

**Café com
prêmios**

Café
Barão

TODOS OS DIAS

**1 Kit Cozinha
Surpreendente****

Sanduícheira Grill
• Cafeteira • Batedeira

**10 SORTEIOS
NO FINAL**

**Supermercado
por 1 ano***

• R\$ 500 por mês •

TODO MÊS

**1 Cozinha
Completa***

Refrigerador • Fogão • Micro-Ondas



Para concorrer é muito fácil:



Compre 2
Cafés Barão 500g.



Cadastre-se em:

promocaocafecompremios.com.br



Guarde seu
cupom fiscal.

Período de participação: de 2/9/2019 a 30/11/2019. Confira regulamentos e Certificados de Autorização SECAP em www.promocaocafecompremios.com.br. Imagens ilustrativas e sugestivas de uso das premiações. *Prêmios dos sorteios entregues em certificados de ouro. **Prêmios instantâneos entregues em cartões pré-pagos (saque bloqueado).

**Materiais que vão
surpreender o consumidor no PDV!**



Cartão



Wobblers



Forração



Folheto



Aproveite e abasteça sua loja com Café Barão.