

GÔNDOLA 30 ANOS

INFORMANDO E INSPIRANDO

ABRIL 2025

TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025

Símbolo do reconhecimento e da homenagem dos supermercadistas mineiros a seus fornecedores, o Troféu Gente Nossa Fornecedor chega à sua 39ª edição. Conheça os vencedores deste que é o Oscar do 2º maior mercado do setor no País, nesta cobertura especial da revista GÔNDOLA



e mais:

SÉRIE "30+30" – EULER FUAD NEJM: O PRESIDENTE DO GRUPO SUPERNOSSE FALA DOS ÚLTIMOS 30 ANOS DO VAREJO E SINALIZA OS PRÓXIMOS 30

TEMPO DE FRIO – DIA DOS NAMORADOS, FESTAS JUNINAS E INVERNO. SOBRAM OPORTUNIDADES PARA AQUECER O CAIXA

SUPLEMENTOS – É UMA DAS CATEGORIAS QUE MAIS CRECEM NOS SUPERMERCADOS

SUPERINTER DA ZONA DA MATA – GÔNDOLA FOI AO EVENTO QUE SE DESTACA HOJE EM MINAS E NO PAÍS

NOVO!

NÃO PODE FALTAR NA SUA LOJA



Nossa efervescência
é melhor que



escência
e a monotonia.



Schweppes®

**BORN
SOCIAL**



Ao seu dispor

O Troféu Gente Nossa Fornecedor é um frequentador assíduo das capas de GÔNDOLA. Em sua 39ª. edição, realizada no início de abril, fez a estreia do auditório da sede da AMIS, em Belo Horizonte, em uma noite memorável de muita emoção, homenagem e reconhecimento aos fornecedores do setor supermercadista mineiro. Por isso, recomendo sua atenção para as 40 páginas de cobertura que dedicamos ao Troféu. Confira os vencedores e compartilhe com eles este grande momento. Outro conteúdo que não pode ficar sem sua atenção é a entrevista que fizemos com o Euler Fuad Nejm, presidente do Grupo Supernoço para a série "30+30", comemorativa ao aniversário de 30 anos de GÔNDOLA. Euler atua no varejo desde os 15 anos de idade e nos deu a chance de poder compartilhar seu conhecimento com os leitores da revista. Depois dessa aula de varejo, conheça as histórias de colaboradores que se orgulham de trabalhar no setor, na série "Orgulho de pertencer". Em seguida, visite a Superinter da Zona da Mata e o Líderes do Varejo de Patos de Minas. E já ia me esquecendo: temos ainda muitas dicas e orientação na matéria sobre o inverno (incluindo Dia dos Namorados e festas juninas) e excelente oportunidade na reportagem sobre suplementos alimentares. É conteúdo em quantidade e com muita qualidade, ao seu dispor.

Giovanni Peres
Editor



REPORTAGEM DE CAPA

Conheça os vencedores do Troféu Gente Nossa Fornecedor 2025

42

10

SÉRIE "30+30"

Entrevistamos Euler Fuad Nejm, Presidente e Fundador do Grupo Supernoço

18

INVERNO

O tempo frio pode aquecer o caixa do seu supermercado

24

SUPLEMENTOS ALIMENTARES

Das academias para as gôndolas dos supermercados

28

SUPERINTER DA ZONA DA MATA

O evento se consolida como um dos principais de MG e do país

38

PERTENCIMENTO

As histórias de profissionais que se orgulham do setor

17 ARTIGO JURÍDICO

34 LÍDERES DO VAREJO

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) **Presidente Executivo** Antônio Claret Nametala **Gerente de Comunicação** Adenilson Fonseca **Gerente de Marketing** Clarisse Machado **REVISTA GÔNDOLA Conselho editorial** Epifânio Parreiras (Grupo Supernoço), Gilson de Deus Lopes (Supermercado 2 B) e Roberto Gosende (DMA) **Editor e jornalista responsável** Giovanni Peres (reg. prof. 03065jp) gperes@todavozeditora.com.br (31) 38797422 e 999841990 **Repórteres** Adenilson Fonseca (adenilson@amis.org.br) e Dayane Lima (dayane.lima@amis.org.br) **Capa** Albert Amorim (na edição anterior, de número 337, o autor da capa também foi Albert Amorim) **Fotografia** Ignácio Costa e Freepik Stock **Designer gráfico** Sandra Fujii **Revisor** Pedro Vianna **Impressão** EGL Editores **Distribuição** EBCT **Gerente Comercial** Pedro Gosende (pedro.gosende@amis.org.br) tel.: (31) 2122 0553 **Executivos de negócios** Alexandre Soares, Cristiane Portilho, Joaquim Moreira, Marcelo Pereira e Renata Abreu; telefone (31) 2122-0522, celular/whatsapp (31) 98426-6322 e e-mail comercial@amis.org.br **Recebimento de anúncios** Cristiane Portilho (comercial@amis.org.br); telefone 21220522 **Os textos assinados não refletem, necessariamente, a opinião da revista GÔNDOLA. 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)



Rituais⁸⁵⁺

- BRAZILIAN SPECIALTY COFFEE -

DIRECT TRADE

VIVENCIE OS SABORES
DE RITUAIS





HOMENAGEM E reconhecimento



Alexandre Poni
Presidente do Conselho
Diretor da AMIS

Ver o auditório da sede da AMIS totalmente ocupado pela presença de nossos parceiros fornecedores e os colegas supermercadistas foi um momento muito especial. Estávamos vivendo ali, em 3 de abril, a estreia do auditório, exatamente em um dos eventos de maior relevância da programação da entidade, que é a cerimônia de entrega do Troféu Gente Nossa Fornecedor.

Ao completar, em 2025, sua 39ª. edição, o Oscar do setor em Minas Gerais esteve mais emocionante do que nunca, com os supermercadistas podendo receber em sua casa – que é a sede da AMIS – os parceiros fornecedores para uma demonstração de agradecimento e reconhecimento.

Como já disse em outras oportunidades, e também no evento, o Troféu é uma homenagem dos supermercadistas, por meio de sua associação, à indústria fornecedora do setor. Os agraciados são eleitos em votação direta realizada pelos supermercadistas.

Estar no palco, recebendo o Troféu, é ser reconhecido por seus parceiros como uma empresa fornecedora de destaque nesse que é o 2º. maior mercado consumidor do país. Vale lembrar que os associados da AMIS representam 95% das vendas supermercadistas no estado.

Que no ano que vem, ao comemorarmos a 40ª edição do Troféu Gente Nossa Fornecedor, esse entrosamento entre fornecedores e supermercadistas continue forte como sempre e evoluindo cada vez mais.

Outro evento realizado com muito sucesso em abril foi a Superinter da Zona da Mata, que reuniu um grande público e a cada ano consolida seu papel como um dos principais encontros do varejo supermercadista de Minas e do país. Estiveram lá empresários supermercadistas e profissionais do setor, atraindo 2.110 participantes de 90 municípios. Foram dois dias de conhecimento, relacionamento e negócios, principalmente com a prestigiosa presença dos nossos parceiros fornecedores. Ainda em abril, o excelente Líderes do Varejo foi realizado em Patos de Minas, que reuniu 508 participantes, de 41 municípios.

Em maio é a vez de o Norte de Minas receber o Líderes do Varejo, em Montes Claros; em junho, Poços de Caldas será a anfitriã do evento e, Ipatinga, a casa do Super Encontro Varejista (Sevar) do Leste de Minas; em julho, Uberlândia abrigará a Superinter do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba. É a AMIS sempre próxima de seus associados. Reserve sua agenda!

PER'FA
alimentos



Per'fa entre os 3 destaques finalistas na categoria

Ovos e FLV



 31 3394.1830

 /perfaalimentos

 perfaalimentos.com.br

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

CONSELHO SUPERIOR
Ronosalto Pereira Neves

Presidente
Mart Minas
BELO HORIZONTE
(31) 35199017

CONSELHO DIRETOR**Alexandre Poni**
Presidente

Verdemar Supermercado e Padaria
BELO HORIZONTE
(31) 2105.0101

Pedro Lourenço de Oliveira

Vice-Presidente da Capital
Supermercados BH
CONTAGEM
(31) 3117-2600

Jovino Campos Reis

Vice-Presidente do Interior
Supermercado Bahamas
JUIZ DE FORA
(32) 3249.1013

José Luiz de Oliveira

Vice-Presidente de Prevenção de
Perdas e Sustentabilidade
Roma Plus
BELO HORIZONTE
(31) 3234-8829

Euler Fuad Nejm

Vice-Presidente de Relacionamento
com Autoridades e Entidades
de Classe
Grupo Supernosso
CONTAGEM
(31) 3359.3301

Gilson de Deus Lopes

Vice-Presidente de Eventos e
Relações Sindicais
Delegado Junto à ABRAS e Vice-
Presidente do Conselho Superior
Supermercado 2B
BELO HORIZONTE
(31)3334-4813

Ivo José de Castro

Vice-Presidente de
Desenvolvimento de Convênios e
Serviços AMIS
Supermercado Super Vivo
BELO HORIZONTE
(31)3442-4177

Bruno Santos de Oliveira

Vice-Presidente de
Desenvolvimento Tecnológico
Supermercados BH
BELO HORIZONTE
(31) 3117-2600

Luiz Antônio Tonin

Vice-Presidente de Relacionamento
com Fornecedores
Grupo Tonin
SÃO SEBASTIÃO DO PARAÍSO
(35)3539-3344

Matheus Pereira de Souza Neves

Vice-Presidente de Sucessores e
Presidente da AMIS Jovem
Mart Minas
BELO HORIZONTE
(31) 3519.9000

Navarro Agostinho Candido

Vice-Presidente Jurídico
Supermercado Superluna
BETIM
(31) 3512.4580

**Paulo Roberto dos Santos
Pompílio**

Vice-Presidente de Abastecimento,
Segurança dos Alimentos e
Relacionamento com o Consumidor
Grupo Pão de Açúcar
BELO HORIZONTE
(31)2127-6608

Francisco Antônio da Silva

Vice-Presidente de
Desenvolvimento Profissional e
Empresarial
Uberaba Supermercados
BELO HORIZONTE
(31)3408-9900

Márcio Roberto de Oliveira

Vice-Presidente de
Desenvolvimento de Centrais de
Negócios
Supervale Supermercados
POÇOS DE CALDAS
(35)3714-2050

Walter Santana Arantes

Vice-Presidente de Comunicação,
Marketing e Relacionamento com
Imprensa
Epa Plus / Mineirão
BELO HORIZONTE
(31) 3389.5569

CONSELHO DIRETOR SUPLENTE**André Luiz Coelho Diniz**

Vice-Presidente Suplente
Supermercados Coelho Diniz
GOVERNADOR VALADARES
(33)3279-6105

Carlos Henrique Guedes Reis

Vice-Presidente Suplente
Supermercado Bahamas
JUIZ DE FORA
(32) 3249.1013

Carlos Magno de Souza Fonseca

Vice-Presidente Suplente
Supermercado Center Box
POUSO ALEGRE
(35) 3422.7609

Cezar Roberto Silveira

Vice-Presidente Suplente
Supermercado Silveira
BARBACENA
(32)3339-6495

Elisa Peres Tonin Alvarenga

Vice-Presidente Suplente
Grupo Tonin
SÃO SEBASTIÃO DO PARAÍSO
(35)3539-3344

**Filipe Belizário Martins de
Andrade**

Vice-Presidente Suplente
Mart Minas
BELO HORIZONTE
(31)3519-9012

Hallison Ferreira Moreira

Vice-Presidente Suplente
Verdemar Supermercado e Padaria
BELO HORIZONTE
(31) 2105.0101

**Raimundo Eustáquio Drumond
Alves**

Vice-Presidente Suplente
Supermercados Rex
LAVRAS
(31) 3694.1932

Roberto de Mattos Gosende

Vice-Presidente Suplente
Epa Plus / Mineirão
BELO HORIZONTE
(31) 3389.5640

Rodolfo Kayser Nejm

Vice-Presidente Suplente
Grupo Supernosso
CONTAGEM
(31) 3359.7909

CONSELHO FISCAL EFETIVO
Alexandre Machado Maromba

Supermercados Rena
ITAÚNA
(37) 3241.1844

Geraldo Salvador Nascimento

Supermercado Via Bahia
BELO HORIZONTE
(31)3283-1476

José Libério de Souza

Supermercado Josyldo
DIVINÓPOLIS
(37) 3214.41.55

VICE-PRESIDENTE REGIONAL**Abílio Baptista Corrêa Neto**

São João Supermercados
GUAXUPE
(35) 3292-1988

Adilson Yukishigue Suda

Coop. de Consumo dos
Empregados da Usiminas
IPATINGA
(31) 3824.5150

**Allysson Vinícius Lacerda Coelho
Jácome**

SJ Supermercados
CAETÉ
(31)3198-5500

Adriano Ferreira

Somar Supermercados
DIVINÓPOLIS
(37)3213-6132

Agnaldo Jair Ferreira

Supermercado Triês Irmãos
GUANHÃES
(33)3421-1179

André Luiz Fialho Bitarães

Mercopaulo
VIÇOSA
(31)3329-16376

André Silveira

Cereais Silveira
BARBACENA
(32) 3339.6495

Andreza Maiolini

Maiolini Supermercado
VARGINHA
(35) 2105.1807

Antônio Ferreira Barbosa

Barbosão Supermercados
ARAXÁ
(34) 3664.1100

Antonio Sérgio Magalhães

Supermercado Magalhães
CABO VERDE
(35)3736-1412

Ary Soares da Silva

Supermercado do Irmão
CARATINGA
(33) 3321.7171

Bruno Alves Farnese

Supermercado Farnesze
CAPELINHA
(33) 3516.1461

Bruno Almeida

Supermercado Almeida
ITABIRA
(31)3835-3365

Carlos Alberto Ferreira Freire

Supermercado Real
CAMPO BELO
(35)3832-7400

Cláudio Fonseca Caetano

Supermercado Rei do Arroz
SANTOS DUMONT
(32) 3251.3397

Daniel Chaves Peixoto

Panelão Supermercados
PARÁ DE MINAS
(37)3232-2499

Daniel Lucio Pereira

Supermercado Avenida
PIRAPORA
(38)3741-3449

Daniela Souza Mendes

D'Itália Supermercados
SALINAS
(38) 3841.1216

Diego Marcel Oliveira Pereira

Supermercado Tejotão
ARAGUARI
(34)3242-8090

Dolores Antônia Fonseca

Supermercado Faria de Itapeçerica
ITAPEÇERICA
(37) 3341.1360

Edna Lucena Neves Costa

Varejão São Geraldo
ENGENHEIRO NAVARRO
(38) 3253-1536

Eduardo Ferreira dos Santos

Supermercado Ki-Bocada
POMPEU
(37) 3523.1898

**Eliane Moreira Moraes de
Azevedo**

Hiper Azevedo
BARÃO DE COCAIS
(31)3837-6050

Fábio Teixeira Campos

Supermercado Fidélis
BOM DESPACHO
(37) 3522.1010

Fabio Victor César

Supermercado Sacolão
ESPERA FELIZ
(32) 3746-1920

Felipe Valente

Hiper Valente
MANTENA
(33) 3241-3008

Fernando Folchito Magliani

Supermercado Alvorada
POUSO ALEGRE
(35) 3421.2268

Fernando Villas Bóas

Vila Sul Supermercado
POÇOS DE CALDAS
(35) 3715-4400

Flávio Luiz Lana

Supermercado Brasil
CONSELHEIRO LAFAIETE
(31) 3761.2644

**Francisco de Assis Ferreira de
Carvalho**

Supermercado Super Kiko
TRÊS PONTAS
(35) 3265.2522

Geraldo Vitor da Cruz

Armazém do Povo
NOVA LIMA
(31)3541-5464

Izabel Cristina Vieira Guimarães

Supermercado Vieira
UBÁ
(32) 3531-5385

Jander de Castro Godim

Supermercado Uai
CARMO DO PARANAÍBA
(34)3851-5280

Jerônimo Pereira Machado

Supermercado São Jerônimo
PASSOS
(35) 3521.1213

João José de Melo

Stalo Supermercados
PIUMHI
(37) 3371.1723

João Neto Ferreira Cordeiro

Cordeiro Supermercados
DIAMANTINA
(38)3531-7220

José Mário de Castro Bernabé

Supermercados JB
FRUTAL
(34) 3421.1300

José Fernando Almeida Cordeiro

Supermercado Ki Joia
MONTE CARMELO
(34)38492850

José Flávio Castro

SuperBox Supermercados
CONTAGEM
(31)3398-5666

Kênio Queiroz Castro

Pontual Supermercados
ITUUBATA
(34)3262-2466

Luciano Nogueira Fernandes

Supermercado Carrossel
SÃO LOURENÇO
(35) 3332.1511

Luciano Teixeira Gonçalves

Dito Supermercados
CLÁUDIO
(37) 3381.1588

Luiz Gustavo Farid Rahme

Irmãos Farid
ITABIRITO
(31) 3561-3820

Luiz Henrique Gardingo

Supermercado São João
MATIPÓ
(31) 3873-1400

Marco Antônio Fernandes

Irmãos Pais e Filhos Ltda
JUIZ DE FORA
(32) 3222-1710

**Marcone Aparecido Nunes de
Miranda**

Big Mais Supermercados
GOVERNADOR VALADARES
(33) 3212-7560

Marcos César Cattani

Grupo Tonin
SÃO SEBASTIÃO DO PARAÍSO
(35) 3539-3344

Matusalém José Alves

Zebu Carnes
UBERABA
(34) 3319-0652

Mauro Lúcio Vidal

Supermercado Vidal
MANHUMIRIM
(33) 3341-1851

Mário Lúcio Abranches Morais

Supermercado Morais
CATAGUASES
(32)3422-1196

Milton Kurihara

Supermercado Kurihara
EXTREMA
(35) 3435.1414

**Marco Antônio Barcelos Dias
Leite**

Hiper Monlevade
JOÃO MONLEVADE
(31)3852-4411

Milson Borges dos Santos

Super Maxi Supermercados
UBERLÂNDIA
(34) 3230.8908

Nilton Tomé Monteiro Resende

Padaria Luzitana
ALÉM PARAIBA
(32)3462-2777

Paulo César Nogueira Gomes

Supermercado Paxá
MANHUAÇU
(33) 3331.1402

Paulo José Israel Azevedo

Supermercado do Paulinho
BAMBUÍ
(37) 3431.1209

**Pedro Henrique Magnabosco
Afonso**

Supermercado Maisa LTDA
SACRAMENTO
(34) 3351.1769

Ricardo Alencar Dias

Center Pão Supermercados
MONTES CLAROS
(38) 3212.2661

Ringley José de Faria Cançado

Super 50
PAPAGAIOS
(37) 3274.1322

Roberto Carlos Miranda

Supermercado Prado e Miranda
LAGOA DA PRATA
(37) 3261.2133

Rogério Luciano de Oliveira

Moderno Supermercados
PATOS DE MINAS
(34) 3821.0229

Rogério Tiago do Nascimento

Supermercado Esquinião
TIRADENTES
(32)3371-6626

Roney Aeraphe Mendes da Silva

Supermercados Rena
ITAÚNA
(37) 3242.1844

Roseli Ferreira da Rocha Paiva

Supermercado Paiva
UNAI
(38)3677-3897

Ronaldo José Pimenta da Silva

Hipermercado Tia Teca Ltda
TEÓFILO OTONI
(33) 3529-2601

Sérgio Henrique Bastos

Supermercados Santa Helena
SETE LAGOAS
(31)3779-5800

Thiago de Sousa Miranda

Mirabras Comércio Importação e
Exportação Ltda.
CARANGOLA
(22) 3822-0450

Valter Amaral de Lacerda

Mac Supermercado
NOVA SERRANA
(37) 3226-9800

Wander Rezende Targino

SW Supermercado
SANTANA DA VARGEM
(35) 3858-1361

PRESIDÊNCIA EXECUTIVA
Antônio Claret Nametala

Presidente Executivo
(31)2122-0500



Revitalização de Coberturas



Sistema GestFlex
Proteção Total

A solução definitiva para impermeabilização, isolamento térmico e proteção anticorrosiva. Projetado para máxima durabilidade e eficiência.

#EFICIENCIAEECONOMIANODETALHE  @eng.gestao



Real Café, Viana - ES



Minerão Atacado e Varejo, Coronel Fabriciano - MG

Eficiência e economia
no detalhe!

Precisando de Proteção, qualidade
e 10 anos de GARANTIA?

NÓS TEMOS A SOLUÇÃO!

TIME CANA



@ENG.GESTAO



Acesse nosso site
www.gestaoeng.com

Faça seu Orçamento
031 9 9115-5275

"TEMOS QUE SER ASSERTIVOS NAS ESCOLHAS E SEMPRE SE ADAPTAR E ATUALIZAR ÀS MUDANÇAS"

No dia 21 de abril, Euler Fuad Nejm, fundador e presidente do Grupo Supernoosso foi condecorado com a Medalha da Inconfidência, honraria concedida pelo Governo de Minas a personalidades e instituições que contribuíram – e contribuem – para o desenvolvimento de Minas e do país. Alguns dias antes, exatamente quatro, tivemos o privilégio de ser recebidos por ele para esta entrevista da série "30+30", comemorativa dos 30 anos de GÔNDOLA, que convida ícones do setor para um depoimento sobre o varejo de 1994 até os dias de hoje e, em especial, o que pensam para os próximos 30 anos. Com

a simpatia e a simplicidade de sempre, Euler não nos falou que receberia tamanha honraria dias depois. Mas, nos brindou com preciosos 80 minutos de gravação, da qual trazemos um resumo. E não poderia ser menos tempo. Desde os 12 anos já trabalhava no armazém do pai em Belo Horizonte. Seria emancipado aos 15 anos para tornar-se sócio na empresa, que se transformaria hoje no Grupo Supernoosso, listado entre os 25 maiores do país e em 4º lugar no ranking mineiro. Confira a seguir uma amostra do conhecimento desse empreendedor que é uma das referências do setor em Minas e no país.

Giovanni Peres



Euler Fuad Nejm, Presidente e Fundador do Grupo Supernoosso

GÔNDOLA – Você já atuava no comércio bem antes do Plano Real, em 1994. Nossa entrevista tem como ponto de partida o Plano Real e o nascimento da revista GÔNDOLA, no mesmo ano. Como foi o período de implantação e adaptação ao Real?

Euler – Primeiramente parabeno a revista GÔNDOLA por seu aniversário de 30 anos e sucesso. É um importante meio de comunicação do setor supermercadista. Parabeno ao Giovanni Peres que tem cuidado da revista nesses últimos anos. A revista é um validador importante para lançamentos de produtos, de tendências, calendários do setor, acaba comentando dos players, dos fornecedores, prestadores de serviço. Recebo regularmente os exemplares e não abro mão de dar uma olhada sempre. Foi fundada junto ao Plano Real e parabeno ao então presidente da AMIS, José Nogueira e também ao Antônio Claret Nametala, naquela época superintendente, pela implantação da revista. Foi um plano econômico que trouxe uma importante estabilidade para o país. A gente vivia antes em hiperinflação. Não dava nem tempo de remarcar o preço do produto. O poder de compra do consumidor era também diluído ao longo do próprio mês. Com o sucesso do plano, os hábitos mudaram e a revista ajudou sempre a orientar os seus leitores.

GÔNDOLA – Com a estabilidade, o que mudou para as empresas do setor?

Euler – A partir da estabilidade foi possível fazer um planejamento estratégico mais bem elaborado, plausível de ser atingido. Foi oportunidade para que o setor crescesse. As empresas mineiras do setor supermercadista cresceram e até hoje estão crescendo a índices interessantes. Um crescimento que tem também a capacidade de meio que bloquear a entrada de empresas de outros estados ou mesmo das multinacionais em nosso mercado. Por outro lado, a concorrência entre as empresas mineiras é muito acirrada.

GÔNDOLA – Voltando à faixa de 1994 a 2000, os hábitos de consumo mudaram muito. Já não se precisava fazer a compra em um dia só, por exemplo.

Euler – O consumidor pôde comprar de maneira mais planejada. Isso trouxe fortalecimento para as marcas, pois o consumidor passa ver com mais detalhes o custo e o benefício dos produtos. As marcas líderes acabaram sendo beneficiadas. O varejista tem de estar sempre atualizado em relação a mudanças de hábitos de consumo. Antes a cesta era grande para a compra do mês em um único dia e depois com a estabilização trazida pelo Real já se podia comprar em dias diferentes e em outros canais. Isso permitiu que desde então surgissem novos formatos de supermercado. Temos hoje, por exemplo, o atacarejo, que a partir de 2010 cresceu muito e ainda não para de crescer. Principalmente da pandemia para cá, muitas lojas de atacarejo se abriram. Aqui no grupo temos atacarejo do Apoio Mineiro, em franco crescimento. Neste ano estamos com plano de crescimento de

O Governador de Minas Gerais, Romeu Zema, condecora com a Medalha da Inconfidência o Presidente e Fundador do Grupo Superno, Euler Fuad Nejm, durante cerimônia realizada em Ouro Preto, dia 21 de abril



"A concorrência entre as empresas mineiras é muito acirrada"

Euler iniciou sua jornada no comércio aos 12 anos de idade e nunca mais parou de trabalhar no setor; na foto, Euler na padaria da loja Supernosso localizada no Serena Mall, em Nova Lima (RMBH)

20% nas mesmas lojas. No Supermercado Supernosso, que é premium, crescimento de 10% nas mesmas lojas. Outro canal que temos, o Momento Supernosso, também com crescimento de dois dígitos. A empresa tem um diferencial importante que é a indústria RARO, com duas plantas. Uma de fatiamento de embutidos, cortes especiais de carnes com atmosfera modificada que permite um

shelf life maior e melhor qualidade. E a outra planta que é de panificação. O maior fornecedor hoje do Grupo Supernosso é a nossa própria indústria. Hoje inclusive a gente fabrica outras marcas para terceiros também. Ainda falando do grupo, temos a DEC Minas, que é a distribuidora.

GÔNDOLA – Acho que precisamos no futuro de uma entrevista sobre cada um dos canais em que atua o grupo...

Euler – Pois é. Nosso grupo foi criado há 85 anos. Uma empresa de pai para filho. Eu já trabalho no grupo há 56 anos. Fui emancipado aos 15, passei a ser sócio e estamos aí até hoje. Passamos por guerra, por diferentes momentos de crise do país, vários planos econômicos e sempre continuamos em frente. É uma empresa que tem flexibilidade, inovação. Ela acaba aprendendo a ajustar as velas conforme o mercado consumidor exige, a política econômica requer, a política brasileira. A gente precisa estar sempre atento às mudanças que o mercado impõe.

GÔNDOLA – Acompanho o setor há muitos anos e vejo que o Grupo Supernosso está sempre em sintonia com as tendências.

Euler – Todas as marcas do grupo necessitam de uma atenção sempre e um plano específico. O Supernosso, por exemplo, na condição de supermercado premium, que abastece e oferece diferenciais para o consumidor, de produtos, de atendimento, de importação. Esse ano vamos abrir ainda mais duas lojas do Supernosso. A DEC Minas vem crescendo bem. Esse ano estamos com plano de 40% de crescimento da distribuidora. Esse novo centro de distribuição que inauguramos no final de 2024 já está cumprindo essa meta. Uma novidade boa da DEC foi a inclusão da distribuição dos lubrificantes da marca Shell. É a mais recente distribuição que abraçamos e nos trouxe uma expertise muito grande. Além de Shell, a gente distribui Unilever, P&G, L'Oreal, Johnson&Johnson, Diageo, Santher, Mondelez, dentre outras empresas.

GÔNDOLA – Na distribuição, o trabalho é restrito a Minas ou inclui outros estados?



Combrasil sempre na liderança!*

...E você sabe o que significa ter uma **marca líder** na gôndola!



NIQ NielsenIQ

*O feijão Combrasil é líder de vendas na área que abrange Minas Gerais, Espírito Santo e interior do Rio de Janeiro.
Fonte: NielsenIQ

- Combrasil-Oficial
- Combrasilalimentos
- CozinhaCombrasil



Euler – A gente atinge os 853 municípios de Minas e agora vamos fazer uma extensão do trabalho para o Espírito Santo e São Paulo.

GÔNDOLA – Não se pode parar, não é mesmo?

Euler – Sim. Inclusive o grupo subiu duas posições no ranking da Abras recentemente divulgado. O ranking é um balizador importante, mas aqui a gente preza é pelo resultado final. Venda é uma das variáveis, senão a mais importante, mas aqui procuramos fazer um trabalho de retorno. Todos os investimentos são planejados para um retorno eficiente. E todos os resultados são reinvestidos na própria empresa. Hoje o maior desafio de todo o setor supermercadista, sem dúvida, é recursos humanos. Está difícil encontrar gente que queira trabalhar, com tanto benefício que o governo ofe-

catar pratinha, que é o sentimento de economizar, o sentimento de dono, evitar desperdícios, ser mais eficiente e produtivo. A segunda é carregar água na peneira para o cliente. Sou daqueles que acreditam que o cliente sempre tem razão. Outra máxima do setor que uso muito: as das duas regras. A primeira, o cliente sempre tem razão. A segunda, quando o cliente não tiver razão, vale a primeira regra.

GÔNDOLA – A multicanalidade do seu grupo sinaliza que o varejo alcançou hoje um ponto de evolução muito grande em relação àquele do passado, do início de sua empresa, por exemplo. Em resumo, mais preparado para atender aos anseios de quem precisa ser servido.

Euler – Sim. O cliente consumidor tem vários momentos de compra. A gente procura com a multicanalidade oferecer formatos para cada momento. O Apoio, por exemplo, é uma compra mais abastecedora do mês e tem um portfólio mais restrito e foco maior em preço. O preço unitário do Apoio já é mais barato que a média dos preços dos supermercados convencionais. Se o cliente comprar em múltiplos que oferecemos, sai mais barato ainda. Lançamos recentemente uma campanha em que quem participa do grupo Apoio, se cadastrando, independentemente da quantidade, vai pagar o preço do atacado. Isso repercutiu bem e nos primeiros dias já verificávamos um crescimento de 20% nas vendas. Uma campanha que tem superado a expectativa.

GÔNDOLA – Tentando voltar a falar do passado recente, o período de 2010 a 2020 foi de grande crescimento de todos os canais do seu grupo e do mercado como um todo. Podemos dizer que também foi um bom período?

Euler – De 2010 a 2020 foi sem dúvida um período positivo. Mas a grande onda para o setor foi – infelizmente pela dor das perdas com a Covid 19 – o período da pandemia. Nós pudemos funcionar como setor essencial. Supermercado era um dos poucos setores que podiam funcio-

*"A vida é o nosso maior bem.
O tempo é precioso, valioso.
Adoro viver"*

rece. E a meninada não está querendo trabalhar. Quer só usar o celular. Outro grande desafio é o aumento do custo financeiro. O custo de vida aumentou significativamente do governo Lula para cá. A Selic está alta. O retorno do investimento ficou mais moroso e o nosso setor trabalha com margens estreitas, devido à alta competitividade. Então, precisamos fazer conta mesmo, porque são os detalhes que fazem o resultado no final do mês. A gente consegue ganhar tudo o que consegue economizar.

GÔNDOLA – É um ditado da sabedoria libanesa?

Euler – Sim. É um ditado que guardei. Aliás tem dois que sempre uso nos treinamentos introdutórios que fazemos no grupo. Leis: a primeira é a de

nar. Isso deu um impulso muito grande para todo o setor. Posso dizer que os últimos 5 anos foram mais aceleradores que os 10 anteriores, que também foram bons. Entretanto, o entusiasmo não pode ser exacerbado porque é importante ter um equilíbrio de portfólio, preço. Sem entrar no entusiasmo de que tudo que comprava, vendia. Gastava-se menos com marketing para vender. Agora todas as empresas, passada a Covid, têm muito claro tudo isso e se adequaram à nova realidade, que é de altíssima concorrência. Na verdade, ninguém define o preço final, ele é definido pelo mercado. Temos que ser bons o suficiente para vender naquele preço que o mercado define e sobrar um resultado. Portanto, os desafios são muitos, como já disse, custo do dinheiro, recursos humanos escassos, entre outros. De modo geral, graças a Deus, a empresa como um todo vai crescer 16% nesse ano. Foi o que nos mostrou a comparação do 1º trimestre de 2025 com o mesmo de 2024, com as mesmas lojas. Agora que vamos fazer um plano de expansão.

GÔNDOLA – Para se fechar a parte do passado. Qual foi o momento mais difícil dos últimos 30 anos?

Euler – A vida como empresário e a vida como pessoa física, não é *flat*. Ela tem fases. O que acho interessante no nosso setor, como disse anteriormente, a margem de lucro é pequena, mas é um setor constante. Não tem altos e baixos. Tem setor que, conforme a mudança política, dá muitos solavancos. O nosso setor está acostumado a ganhar pouco, mas sempre. O nosso papel como empreendedor é saber sentir se é o momento de acelerar mais, ou de cadenciar, mas não podemos parar de crescer. Não se pode recuar e nem parar. Às vezes a gente olha para trás e fala: "naquela época era melhor". Não existe isso. Não se tinham as ferramentas de hoje, mas as dificuldades eram outras.

GÔNDOLA – Agora falemos de futuro. Você é um apaixonado por novos formatos.

Euler – Em termos de planejamento, até 2030 nós temos um plano de dobrar de tamanho o Grupo Supernosso. Pretendo estar vivo aqui em



2055, ou seja, de hoje, mais 30 anos. A revista GÔNDOLA estará presente, só não sei em que formato, mas ela faz parte da vida do supermercadista. Eu pretendo estar vivo porque a vida é o nosso maior bem. O tempo é precioso, valoroso. Adoro viver. Tiro aí uns momentos de lazer com família e com os amigos, e com viagens. Tudo isso alimenta minha alma e me dá força e energia para poder viver e continuar crescendo. Nunca pensar em estabilizar ou parar.

GÔNDOLA – Você é um especialista em multi-canais de varejo. A loja de supermercado de vizinhança será ainda um dos principais canais de varejo daqui a 30 anos?

Euler Fuad Nejm em sala de trabalho na DEC Minas (um dos muitos canais do grupo). Repare, na parede, foto em que ele e o pai visitam obra do Grupo na região da Ceasa Contagem na década de 70

Euler – A gente antes só tinha uma certeza. A de que vamos morrer um dia. Hoje tenho duas certezas. A de que um dia morrerei e de que as coisas também vão mudar. A mudança faz parte de todos os negócios. O abastecimento é um negócio que faz parte da vida. A forma do abastecimento é que não temos bola de cristal para adivinhar como vai ser. Vejo que os ciclos de mudança estão cada vez mais estreitos. Antes fazia uma viagem à NRF e se pensava: daqui a 10 anos isto vai estar no Brasil. Depois passamos a falar em 5 anos, 3 anos. Agora são quase que imediatos. Você vai lá nos EUA na NRF e quando chega aqui já tem. É tanta inovação que temos que escolher os caminhos. Se quiser fazer tudo, nem sai do lugar. A escolha é muito importante, pois os caminhos são vários. Temos que ser assertivos nas escolhas e sempre se adaptar e atualizar às mudanças.

"Continuo apostando em todos os formatos. Isso inclui um que temos aqui no grupo que é o e-commerce"

GÔNDOLA – Falamos da loja de vizinhança, agora amplio a pergunta aos demais canais. Há algum que tenha então mais risco ou menos risco de extinção?

Euler – Começo falando do atacado. Fizemos lá na ABAD um estudo sobre isso e o que encontramos? Todos os modelos que há hoje de atacado vão continuar a existir, considerando o tamanho do nosso país e a grande diversidade cultural e econômica. No varejo, talvez vá mudar a forma de como é hoje. Mas não consigo precisar com clareza. Por isso, acho que vale a pena continuar investindo nos diferentes canais de varejo exis-

tentes. Continuo apostando em todos os formatos. Isso inclui um que temos aqui no grupo que é o e-commerce. Ele participa com mais de 10% da receita. Agora o Apoio também está com 5% de participação do e-commerce. A DEC Minas está lançando o e-commerce B to B e já está tendo uma adesão muito interessante. Fui pioneiro no e-commerce e ainda consigo um crescimento de dois dígitos, mesmo depois da alta demanda da época da Covid. O mais importante é foco. Não adianta querer abraçar muita coisa ao mesmo tempo.

GÔNDOLA – E a Inteligência Artificial? Como está acompanhando esta questão?

Euler – Ela veio para ficar. Assim como um dia foi a internet. Nós já utilizamos IA no Grupo Supernosso, principalmente no marketing. A aplicabilidade já está acontecendo e vai crescer muito o uso da IA no varejo. E muito está por ser criado em termos de uso. As startups poderiam, por exemplo, encontrar soluções para as rupturas por meio do uso da IA. A ruptura traz muita perda de venda. Acho que é um problema que a IA possa minimizar.

GÔNDOLA – Agora fale sobre o próprio Euler.

Euler – É um homem de 63 anos, pais de dois filhos, cinco netos. Uma riqueza para mim é saber que meus filhos não estão só envolvidos, quanto comprometidos em perpetuar o Grupo Supernosso. É uma riqueza imensurável isso. Ter netos é uma coisa maravilhosa. Saúde também. São as três coisas. Me sinto hoje realizado, com energia para poder continuar caminhando, graças a Deus. Se eu for resumir em uma frase, posso dizer: estou feliz, sou feliz por tudo que Deus me deu, que não é pouco. Só tenho que agradecer a todas as bênçãos. Principalmente pela vida. Ela é uma bênção.

GÔNDOLA – Quem sabe sobra tempo até para um outro livro?

Euler – É verdade, já escrevi um. Me sinto realizado, mas com vontade de fazer mais pelo outro. Fazer uma passagem de vida positiva. Ser lembrado positivamente como pessoa, principalmente. Trazer benefícios para a Humanidade. 📖



ENTRE A FOME E A JUSTIÇA: O furto famélico e seus reflexos nos supermercados

No dia 20 de março de 2025, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) colocou o furto famélico em debate ao reconhecer em uma decisão proferida pela 6ª Turma, que o instituto só se configura quando o alimento subtraído for de consumo imediato e o agente não possuir qualquer alternativa para matar a fome naquele momento.

Na doutrina, "o furto famélico é compreendido como aquele cometido por quem se encontra em situação de extrema miserabilidade, penúria, necessitando de alimento para saciar a sua fome e/ou de sua família" (GRECO, 2006, p.385). Nesses casos, não se configura o crime, pois o estado de necessidade exclui a ilicitude do ato, assim, o furto seria um fato típico, mas não ilícito.

O caso analisado envolveu o furto de 3,5 kg de carne, avaliado em R\$ 118,15, praticado por um homem em um supermercado. O pedido de absolvição, com base no princípio da insignificância e na tese do furto famélico, foi negado com o argumento de que o réu era reincidente e tinha registro formal de trabalho.

Essa decisão reforça um entendimento importante: não se trata de qualquer alimento, nem de qualquer situação de dificuldade social. É necessário um critério técnico e circunstancial, o que traz maior segurança jurídica aos supermercados, que são os principais alvos desse tipo de prática.

O furto famélico sempre foi permeado de interpretações diversas, o que resultava em absolvições mesmo em situações de reincidência. Portanto, a decisão traz uma nova diretriz a fim de restringir essa ambiguidade de interpretações, o

"A decisão do STJ reforça que a fome, por si só, não absolve um furto"

que favorece uma atuação mais assertiva e justa para os estabelecimentos comerciais.

Embora a decisão reconheça os contextos sociais delicados e o motivo pelo qual o instituto existe, deixa claro que o furto, mesmo quando envolve alimento, não deve ser tratado automaticamente como irrelevante. O que busca, segundo o entendimento do Judiciário, é evitar o uso indevido de teses humanitárias para justificar condutas recorrentes ou planejadas, muitas vezes praticadas por quem possui meios de sobrevivência.

Por fim, a decisão do STJ reforça que a fome, por si só, não absolve um furto. Portanto, é um ganho para o setor supermercadista, pois delimita com mais clareza os critérios legais aplicáveis, reduz interpretações subjetivas e fortalece a atuação preventiva e jurídica dos estabelecimentos.

Em tempos de desafios operacionais, perdas e pressões econômicas, ter segurança jurídica é essencial para continuar oferecendo produtos de qualidade, preços justos e atendimento seguro à população. O respeito à lei, quando bem interpretado, é o que permite a todos, empresas, consumidores e instituições que sigam convivendo de forma justa e equilibrada.

TEMPO FRIO, mas quente de oportunidades

COM A CHEGADA DO INVERNO, ALÉM DAS TRADICIONAIS FESTAS JUNINAS E DO DIA DOS NAMORADOS, SURGEM NOVAS OPORTUNIDADES PARA IMPULSIONAR AS VENDAS

Dayane Lima

A namorada pode ser surpreendida com um presente do namorado em meio às compras do casal no supermercado

As temperaturas mais baixas favorecem o aumento da procura por itens específicos, criando um cenário ideal para categorias que ganham destaque neste período. Uma ampla quantidade de itens recebe novo impulso de vendas, uma vez que além do

tempo mais frio, o período contempla o Dia dos Namorados e o período de festas juninas e julinas.

A preparação antecipada do *mix* de produtos e das ações promocionais é essencial para que o supermercado aproveite ao máximo o potencial da estação. Mais do que vender, é o momento de





oferecer praticidade, conforto e sabor, elementos que o consumidor busca durante os dias frios. Vale a pena investir em uma boa exposição nas lojas, ilhas temáticas que gerem visualização dos produtos ofertados. Ideias e receitas práticas também podem ser um atrativo para estimular o consumidor durante as compras.

De acordo com o sócio-proprietário do Supermercados Mercopaulo, de Viçosa, André Luiz Fialho Bitarães, a empresa preparou ofertas especiais com os produtos mais procurados pelos clientes durante a estação mais fria do ano.

“Na seção de caldos, incluímos novas variedades como caldo de costela e legumes defumados, além das tradicionais opções de carne e galinha, que sempre fazem sucesso. Para as bebidas quentes, apostamos em achocolatados em embalagens econômicas com sabores como chocolate tradicional e chocolate com canela. Também reforçamos os estoques dos cafés e *cappuccinos* das marcas mais conhecidas do mercado”, destaca André.

Para complementar a experiência, a rede organizou displays especiais com os queijos mais pedidos, como muçarela e prato, além de uma seleção de embutidos ideais para lanches quentes. Todos os itens contam com preços atrativos e estão estrategicamente posicionados nas gôn-



dolas, facilitando a escolha dos consumidores durante os dias frios.

Segundo André, a seção de queijos também registra alta demanda por queijos especiais, como *gouda* e *brie*, além de kits prontos para *fondue*. “Os pães artesanais e biscoitos que harmonizam com bebidas quentes também ganharam destaque. E, como já é tradição, os vinhos tintos encorpados e os chocolates quentes prontos seguem entre os mais procurados nesta época do ano”, completa.

PRODUTOS SAZONAIS

Para aproveitar ao máximo as oportunidades que a estação traz, os supermercadistas podem impulsionar suas vendas com produtos vinculados a fortes tradições, especialmente com

No alto da página, casal escolhe os caldos quentes, prontos para levar; canjica, canjiquinha e outras delícias da tradição junina e julina

a chegada de duas datas importantes: as festas juninas e o Dia dos Namorados.

Apostando no aumento das vendas de ingredientes típicos das festas juninas e toda a linha que atende a estação, a rede Mercopaulo organizou um corredor temático com todos os itens reunidos, facilitando a escolha dos consumidores e destacando as ofertas especiais. Entre os produtos em evidência estão pipoca, pé de moleque embalado, canjica seca, fubá, farinha de milho, entre outros itens tradicionais que fazem sucesso nesta época.



O inverno combina com queijos especiais e bons vinhos

Já para o Dia dos Namorados, a rede aposta em ações simples, mas que valorizam a experiência de compra e criam um clima especial nas lojas. “Decoramos os espaços com elementos discretos, com corações e flores, especialmente nas seções de vinhos, chocolates e queijos finos, produtos que costumam ter alta demanda nessa data”, explica André.

Ele destaca ainda que a rede organiza promoções exclusivas com vinhos, espumantes, chocolates e frios especiais. “Também sugerimos combinações românticas nas redes sociais, como: Vinho + Queijo *Brie* + Chocolate. A ideia é mostrar como montar um momento especial com itens do nosso sortimento, oferecendo conveniência, inspiração e, claro, preços competitivos”, completa André.

ADEGA

Vale lembrar que os vinhos têm espaço garantido no inverno. Alguns rótulos ajudam a aquecer o corpo nos dias mais frios e são uma excelente opção tanto para encontros com amigos quanto para jantares românticos — especialmente no Dia dos Namorados. Saber escolher o vinho ideal para cada ocasião faz toda a diferença: além de valorizar os sabores dos pratos escolhidos, contribui para criar momentos ainda mais especiais e memoráveis.

De acordo com André, os vinhos tintos são os mais procurados em suas lojas durante o inverno — tanto os nacionais quanto os importados. Ele destaca que, entre os rótulos nacionais, os preferidos dos clientes são os vinhos secos da Serra Gaúcha, como Merlot e Cabernet Sauvignon, além de opções suaves de marcas já conhecidas.

No caso dos importados, a preferência é pelos vinhos argentinos, com destaque para o Malbec, e os chilenos, como o Cabernet Sauvignon, e os portugueses da região do D'Souro.

CUIDADOS PESSOAIS

Além dos alimentos e bebidas típicos da estação, os supermercados também podem apostar no crescimento das vendas de itens de cuidado pessoal, especialmente aqueles que ganham relevância com o clima mais seco do outono e inverno. Produtos como hidratantes corporais, protetores labiais, cremes para as mãos e loções faciais tendem a ter uma procura maior neste período, já que ajudam a manter a pele saudável e protegida contra o ressecamento.

Investir em uma exposição estratégica desses itens, com destaque em pontos de circulação e comunicação visual chamativa, pode estimular compras por impulso e aumentar o *ticket* médio. Agrupar os produtos em ilhas temáticas, junto a sugestões de uso e pequenos *kits* promocionais também é uma forma eficiente de valorizar o *mix* de higiene pessoal nas lojas.

A rede de supermercados Meu Prata, de Belo Horizonte, é um exemplo de quem está atento a

VINHOS CANÇÃO



Há mais de meio século encantando os brasileiros



WINE
COOLER

I love
Wine

AMOR
VIVA

RED
RIVER



Fundada em 1970 na charmosa Flores da Cunha, coração da Serra Gaúcha, a Vinhos Canção nasceu com o propósito de levar alegria e sabor aos lares brasileiros. Desde o início, a combinação perfeita entre tradição familiar e inovação tecnológica foi o segredo para tornar o vinho uma bebida acessível e presente no cotidiano das famílias brasileiras.

Nas décadas de 1980 e 1990, a Vinhos Canção cresceu e conquistou o coração do país, especialmente nas regiões Sul e Sudeste. Com investimentos contínuos em equipamentos modernos, rigoroso controle de qualidade e treinamento constante da equipe, a marca ficou conhecida não apenas por seus preços acessíveis, mas principalmente pelo sabor marcante e pela qualidade consistente de seus vinhos.

Nos anos 2000, já reconhecida entre as líderes do mercado, a Vinhos Canção ampliou ainda mais suas opções, oferecendo novas embalagens e produtos que atendem aos diferentes gostos e ocasiões dos brasileiros. Sempre conectada às tendências e aos novos hábitos de consumo, a empresa manteve-se fiel às suas origens, valorizando a simplicidade, o afeto e o sabor que encantam gerações.

Hoje, após 55 anos de história, a Vinhos Canção é uma referência nacional, presente em supermercados, lojas especializadas e, principalmente, nas mesas e corações dos brasileiros de norte a sul. A empresa continua com a mesma missão: proporcionar momentos inesquecíveis com vinhos feitos com carinho, qualidade impecável e preços justos.

Linhas de Produtos:

Linha Tradicional:

Vinhos tintos, brancos e rosés suaves, com sabores leves e ideais para momentos especiais e refeições cotidianas em família.



Linha Varietais:

Vinhos mais robustos, produzidos com uvas selecionadas, oferecendo experiências sofisticadas e marcantes.



Linha Espumantes:

Brut, demi-sec e moscatel, além dos frisantes, são perfeitos para celebrações e brindes, trazendo frescor e equilíbrio para qualquer ocasião.



Linha Coolers:

Bebidas leves e refrescantes, levemente gaseificadas e com aromas deliciosos, ideais para encontros descontraídos e momentos de descontração.

Suco de Uva Integral

Suco puro, 100% natural, produzido com uvas cuidadosamente selecionadas da Serra Gaúcha, sem conservantes e sem açúcar adicionado, perfeito para quem busca saúde e bem-estar.



A Vinhos Canção continua inovando, atenta ao paladar brasileiro, mas sempre preservando sua essência: tradição, qualidade e o sabor que encanta.



Para aquecer as noites de inverno: cobertores em oferta em ilha especialmente montada na loja



essa tendência. Segundo o CEO Cláudio Dias, os cuidados com a pele recebem atenção especial nesta época do ano. “Gostamos de fazer ofertas desses itens porque percebemos que, com o clima mais seco, os clientes tendem a comprá-los com mais frequência”, afirma. “No ano passado, notamos uma grande demanda por produtos de cuidados com a pele, e por isso, neste ano, decidimos investir ainda mais nessa categoria”, completa Cláudio.

Além disso, ele também destaca uma procura maior por massas — como macarrão, molhos prontos e temperos — e por carnes ideais para cozimento. No setor de hortifrúti, batatas e mandiocas são os itens mais procurados. Já na padaria, os pães registram alta saída nos dias mais frios.

“Apostando em novidades, neste ano vamos ampliar nosso trabalho com caldos prontos, vinhos e queijos — produtos que combinam perfeitamente com as temperaturas mais baixas. Também percebemos uma mudança no comportamento do cliente, com uma demanda crescente por praticidade. Cada vez mais, os consumidores procuram por produtos prontos para o consumo. Eles valorizam a conveniência no dia a dia”, afirma.

VINHOS CANÇÃO

Fundada em 1970, em Flores da Cunha (RS), a Vinhos Canção combina a tradição familiar com a inovação para tornar o vinho uma presença acessível e marcante na mesa dos brasileiros. O inverno fica mais aconchegante e prazeroso, e a marca apresenta sugestões para quem deseja curtir a estação com estilo e sabor. Para os dias mais frios, a pedida são os rótulos mais encorpados, como o tradicional *Canção Bordô* e a linha *I Love Wine*, com destaque para os Merlot, Tannat e Cabernet — vinhos ideais para aquecer o corpo e a alma.

Na hora de harmonizar com os pratos típicos da estação, os vinhos tintos da *Canção* são excelentes companheiros. Mas a marca também surpreende ao sugerir o elegante *I Love Chardonnay*, perfeito para acompanhar sopas cremosas e *fondue* de queijo, uma combinação perfeita. E as novidades não param por aí. Para atrair ainda mais os amantes de vinho, a Vinhos Canção se prepara para lançar, em breve, uma linha exclusiva de coolers gaseificados com sete sabores. 🛒

APROVEITE BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS!

Seja um **associado AMIS** e fortaleça sua presença no **setor supermercadista!**

Categoria Efetivo – Para quem vive o varejo no dia a dia

Supermercados, atacarejos, padarias, mercearias, hortifrúti, açougues e centrais de negócios de Minas Gerais.

Categoria Colaborador – Para quem impulsiona o varejo

Indústrias, fornecedores, prestadores de serviços e parceiros comerciais de todo o Brasil.

Saiba mais sobre as outras categorias e **associe-se!**



AMIS
Associação Mineira de Supermercados


Supermercados
unidos de Portugal

DA ACADEMIA PARA as gôndolas

Integrante da geração millennial em atividade na academia e vista da seção Viver Bem em loja de supermercado premium

OS SUPLEMENTOS ALIMENTARES COMO WHEY E CREATINA, ENTRE OUTROS, GANHAM ESPAÇO NA CESTA DA SAUDABILIDADE, QUE CRESCEU 12% EM VOLUME NO ANO PASSADO



O supermercadista que ainda não tem uma seção classificada e bem-sinalizada como “bem-estar” ou equivalente em sua loja deve ficar atento ao que já pode estar ocorrendo na concorrência. E mesmo que não tenha a seção, precisa considerar a importância de contar com vários desses itens no mix.

Levantamentos mostram que nos últimos quatro anos – e isto continua em 2025 – houve um crescimento expressivo do chamado mercado de fitness e saudabilidade. Um dos primeiros foi feito pelo Banco Itaú que apontou um crescimento de 35% em 2023 com os gastos destinados ao pagamento das academias e à compra dos produtos fitness/saudáveis.

O Google, já em 2024, mostrou que entre termos em alta nas pesquisas feitas pelos seus usuários estava presente a palavra “proteico”, em situações tais como iogurte proteico, pão proteico, café proteico.

Outra ajuda do Google à inteligência de mercado: de janeiro de 2020 a janeiro de 2025, as buscas antes lideradas para produtos low carb (mesmo que estejam no conceito de saudabilidade) foram caindo, enquanto as dirigidas a proteína cresciam. Hoje as pesquisas por proteína no Google são 10 vezes maiores que há 5 anos.

CESTA DA SAUDABILIDADE

A Scanttech também estava atenta à tendência e decidiu fazer um estudo com dados le-

vantados até 2024, que passou a considerar uma cesta de saudabilidade. Ela é formada por alternativas “saudáveis” de bebidas (refrigerantes zero/diet), de alimentos diet, light, zero e integrais (arroz, farinha biscoitos, cereais, chocolates e outros).

Ainda na cesta estão os proteicos (leite, iogurte, cereal em barra, entre outros) e suplementos (whey, creatina e outros). A quarta parte da cesta é formada pelos produtos *plant based* (bebidas vegetais, carnes vegetais, proteína de soja, tofu).

Segundo a Scanntech, a cesta de saudabilidade cresceu 11 pontos percentuais em faturamento acima do mercado alimentar e 12 pontos percentuais em volume, em 2024 frente a 2023.

Para se ter uma ideia mais clara, a cesta de saudabilidade é hoje equivalente a todo o faturamento da categoria chocolates, ou seja, 2,6% do varejo alimentar. O estudo aponta que esse resultado é impulsionado pela busca por uma melhor saúde e bem-estar.

SUPLEMENTOS

Vale ressaltar que no estudo da Scanntech consta que os suplementos alimentares e os proteicos são o segmento que mais cresce em volume na cesta da saudabilidade, seguido por bebidas saudáveis. Eles deram um salto de 27,8% em 2024 frente a 2023.

As bebidas saudáveis avançaram 15,4% no mesmo período em volume, enquanto alimentos saudáveis recuaram 6,1% e plant based foram 4,4% para frente.

Outro fato interessante: os preços dos suplementos e proteicos recuaram 1,5%. Isso torna esses produtos mais acessíveis ao consumidor final, proporcionando uma democratização da categoria de suplementos no varejo alimentar.

É aí que os supermercados e o atacarejo entraram em cena na pesquisa. Já estão presentes nas gôndolas deles até mesmo os chamados suplementos para academia. Os “malhadores” fazem compras de abastecimento no atacarejo e de reposição ou consumo imediato nos supermercados.





Além de suplementos, a cesta da saudabilidade presente nas gôndolas conta com muitos outros itens

EMPRESA PIONEIRA

A Integralmedica é uma empresa pioneira e uma das líderes no setor de suplementação esportiva no Brasil desde 1983 e confirma a crescente presença dos suplementos nos supermercados nos últimos anos.

“Temos observado uma expansão significativa da presença dos suplementos alimentares no canal de supermercados, impulsionada por uma mudança de comportamento do consumidor. O público está cada vez mais atento à saúde e bem-estar, e isso se reflete diretamente nas gôndolas”, diz Fernando Moura, Diretor Comercial e Marke-



ting da Integralmedica, em texto enviado para a reportagem de GÔNDOLA.

Perguntado se a categoria de suplementos deixou de ser, de fato, restrita a quem frequenta academias com assiduidade, Fernando foi incisivo. “A suplementação hoje faz parte da rotina de pessoas com diferentes objetivos: seja performance esportiva, melhoria da disposição, suporte nutricional ou manutenção da saúde”.

Ele argumenta que “o consumidor atual busca soluções práticas e acessíveis para complementar sua alimentação, e os suplementos deixaram de ser exclusivos do universo fitness para se tornarem aliados do dia a dia”.

BARRAS, WHEY E CREATINA

Considerando a experiência de 40 anos de atuação da empresa no mercado, Fernando relata que os líderes da categoria são as barras de proteína, o whey protein e a creatina. Inclusive, a empresa está com um lançamento em seu amplo portfólio. A novidade é a barra Protein Crisp Ovomaltine.

“Um produto totalmente inovador, de sabor inigualável e que entrega performance aos consumidores, ampliando espaço na categoria de barras de cereais e de *snacks*, em constante transformação”, ressalta Fernando.

Ele indica que projeções apontam para uma consolidação da suplementação como



parte da rotina alimentar da população em geral e, por isso, a Integralmedica tem a expectativa de dobrar o tamanho da categoria em cinco anos, acompanhando as tendências de consumo do público.

MINAS GERAIS

A empresa considera que sua entrada no canal supermercados foi estratégica e que vem crescendo de forma consistente. “Esse canal tem se tornado cada vez mais relevante na jornada de compra do consumidor. Hoje, os supermercados já representam uma fatia importante da nossa distribuição e estamos continuamente investindo em visibilidade, exposição e sortimento adequado para esse ambiente”.

A empresa pretende ampliar sua presença no mercado mineiro. “Minas é um mercado extremamente estratégico para a Integralmedica, com um público consumidor engajado e crescente demanda por soluções em suplementação. Já temos uma atuação relevante na região e, sim, temos planos de expansão que incluem maior presença em pontos de venda, ações regionais de marketing e fortalecimento de parcerias locais”, diz Fernando. 🛒



NOVA PROTEIN CRISP OVOMALTINE

O SABOR QUE VOCÊ QUER.
A PROTEÍNA QUE
VOCÊ PRECISA.



IT'S
CRUNCH
TIME!



ACESSE O QR CODE E SAIBA TUDO
SOBRE O LANÇAMENTO QUE ESTÁ
QUIBRANDO PADRÕES

SUPERINTER DA ZONA DA MATA se consolida entre os PRINCIPAIS EVENTOS DO SETOR

COM AMPLA PARTICIPAÇÃO, A SUPERINTER DA ZONA DA MATA REUNIU SUPERMERCADISTAS, COLABORADORES E FORNECEDORES DO SETOR EM JUIZ DE FORA, GERANDO CONHECIMENTO E RELACIONAMENTO E IMPULSIONANDO NOVOS NEGÓCIOS

Dayane Lima

A Superinter da Zona da Mata, em Juiz de Fora, reuniu um grande público e consolidou seu papel como um dos principais encontros do varejo supermercadista de Minas. O Congresso e Feira, realizados nos dias 9 e 10 de abril, no Expominas, contou com uma programação diversificada voltada a empresários e profissionais do setor, atraindo 2.110 participantes de 90 municípios.

A abertura oficial aconteceu na manhã do primeiro dia, com encontro entre lideranças supermercadistas da região no Trade Hotel. Durante o evento, os participantes tiveram acesso a novidades do setor, atualizações jurídicas e econômicas, além da oportunidade de reencontrar colegas e fortalecer conexões profissionais. Na sequência, todos participaram de um almoço promovido pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS).

No período da tarde, os participantes acompanharam a primeira palestra do evento, com foco em liderança, motiva-

ção e alta performance, ministrada pelo especialista em gestão de pessoas, Dalmir Sant'Anna. Com abordagem dinâmica e inspiradora, o palestrante compartilhou dicas e exemplos práticos para aprimorar o atendimento ao cliente, fortalecer o engajamento das equipes e impulsionar resultados, com foco na fidelização e na excelência operacional.

ABERTURA

Na sequência, foi realizada a cerimônia oficial de abertura, que contou com a presença de autoridades locais, vice-presidentes regionais (VPRs) da AMIS e do Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala.

Em seu primeiro ano atuando como vice-presidente regional da AMIS em Juiz de Fora, Marco Antônio Fernandes deu as boas-vindas aos presentes, destacando o apoio das entidades parceiras, fornecedores e patrocinadores do evento. Ele também ressaltou a importância da atuação da AMIS





na região e prestou homenagem ao ex-VPR Álvaro Pereira Lage, reconhecendo sua liderança e contribuição ao longo dos anos como representante da entidade na cidade.

Em seguida, Claret Nametala subiu ao palco para seu discurso, no qual destacou a importância estratégica da região para o setor supermercadista, além do grande potencial de crescimento da Superinter nos próximos anos. “Conto com todos vocês – supermercadistas, fornecedores e parceiros institucionais – para trabalharmos juntos na construção de um evento cada vez mais robusto e representativo. Esta é uma das regiões que mais crescem em Minas Gerais”, enfatizou.

DESTAQUES DAS PALESTRAS

Os participantes da Superinter tiveram, ao longo do evento, diversas oportunidades para aprofundar seus conhecimentos e trocar experiências relevantes para o dia a dia do setor supermercadista. Entre os destaques da programação, palestras que ofereceram momentos valiosos de aprendizado e reflexão sobre práticas e soluções inovadoras.

No segundo dia do evento, a especialista Lívia Torquetti conduziu uma palestra abordando os desafios reais enfrentados pelas lojas no cotidiano da operação. De forma prática e direta, apresentou *cases* de sucesso e projetos que foram especialmente desenvolvidos para resolver problemas concretos, comuns ao setor. A especialista compartilhou estratégias aplicáveis e *insights*, para despertar o interesse do público e estimular os debates produtivos entre os presentes.

Em outro momento da programação, o especialista Alírio Couto trouxe exemplos de estratégias de compras e práticas de gestão humanizada, mostrando como a gestão

eficiente eleva o bem-estar e o orgulho dos colaboradores no setor supermercadista.

Esses momentos de capacitação reforçaram o compromisso da Superinter em promover, além de negócios e *networking*, também o desenvolvimento profissional dos participantes, contribuindo para o fortalecimento do varejo em toda a região.

NEGÓCIOS NA FEIRA

De acordo com o vice-presidente regional da AMIS em Juiz de Fora, Marco Antônio Fernandes, a Superinter da Zona da Mata tem um papel fundamental ao promover conexões entre os diferentes agentes do setor.

“O evento é essencial, especialmente por aproximar fornecedores de supermercadistas — e também os próprios supermercadistas entre si. O *networking* é extremamente valioso. Se ficamos apenas dentro das nossas lojas, focados exclusivamente no nosso negócio, sem nos conectar com outras pessoas do setor, acabamos perdendo uma grande oportunidade de conhecer novas tecnologias, tendências e soluções que podem transformar nosso dia a dia”, destacou.

Marco Antônio também comentou sobre o clima positivo da feira e o alto nível de engajamento dos participantes: “Minhas expectativas sempre foram as melhores possíveis. E percebi isso, inclusive, pela dificuldade que tive para circular pela feira. Meu objetivo era visitar todos os fornecedores, mas muitas vezes não conseguia avançar porque sempre surgia uma conversa importante, uma nova conexão, algo que valia a pena parar para conhecer”.



O Gestor da Rede Minipreço de Supermercados, Elir Martins, destacou a satisfação com a participação na Superinter e revelou que as expectativas para o evento deste ano foram bastante positivas. Ele lembrou sua experiência anterior na feira, afirmando que já havia participado no ano passado e que os resultados foram muito satisfatórios.

De acordo com Elir, o estande da rede recebeu um grande fluxo de visitantes, incluindo diversos empresários interessados em conhecer de perto o trabalho realizado pela central. "Tivemos um movimento muito bom. Muitos empresários passaram pelo nosso estande, e esse contato direto é extremamente enriquecedor", afirmou.

Para ele, estar presente na Superinter é estar inserido no cenário atual do setor. "Se nos propomos a atuar nesse mercado, não podemos ficar de fora de um evento como este. O *networking* aqui é muito forte, e encontramos oportunidades que dificilmente surgem em outros contextos. Este ano já conseguimos um *upgrade* importante, mas nossa meta é ampliar cada vez mais nossa presença e participação nas próximas edições".

O Diretor de Marketing da indústria de sorvetes Sol e Neve, Marcos Monteiro, destaca que a feira vai muito além de um espaço de exposição de produtos. "Ela é, acima de tudo, uma plataforma estratégica para conexões e relacionamento com o mercado". Segundo ele, participar desses eventos exige mais do que presença: é fundamental apresentar novida-

des que agreguem valor ao portfólio da marca e atendam às demandas atuais dos consumidores.

"Estamos muito atentos às tendências de consumo, especialmente à crescente preocupação com saúde e bem-estar. Por isso, trouxemos dois lançamentos da linha Goldko, com zero adição de açúcar, além do nosso novo Açaí Zero. Esses produtos fazem parte do nosso compromisso com uma linha mais saudável e alinhada ao estilo de vida dos consumidores que buscam opções mais equilibradas", explica Marcos.

A empresa Sol e Neve tem investido de forma estratégica na participação nas feiras promovidas pela AMIS, utilizando esses eventos como uma vitrine para apresentar seus produtos, reforçar o relacionamento com clientes atuais e conquistar novos parceiros comerciais. Marcos destaca o retorno positivo que vem recebendo dos visitantes em seu estande.

"Já mantemos um bom relacionamento com redes de supermercados e varejistas, e esses encontros são uma excelente oportunidade para fortalecer essas conexões. Mais do que isso, é um momento valioso de troca de experiências e de escuta ativa. Conseguimos entender melhor o que está acontecendo no mercado, quais são as demandas e as tendências emergentes", avalia.

Ele também ressalta a importância de compartilhar conhecimento durante a feira. "Aproveitamos para apresentar as novidades do setor de sorvetes e, ao mesmo tempo, oferecer uma espécie de consultoria, mostrando aos supermercadistas



como podem potencializar as vendas dessa categoria dentro das lojas. É uma via de mão dupla: aprendemos e contribuímos.”

Marcos adianta ainda que a Sol e Neve já está com presença confirmada em algumas das próximas feiras da AMIS, com destaque especial para a Superminas, que será realizada em outubro, no Expominas, em Belo Horizonte.

OPORTUNIDADES NO CMON/DEM DE MINAS

O Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios (CMON) foi outra grande atração da Superinter, onde pequenos fornecedores como cooperativas, agroindústrias e microempresas, tiveram a oportunidade de divulgar e expor seus produtos diretamente aos supermercados mineiros presentes na feira.

A partir deste ano, o CMON passou a integrar o “Vem de Minas”, uma correalização da AMIS, SEBRAE-MG e do Governo de Minas Gerais por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico – SEDE.

O programa “Vem de Minas” é uma iniciativa abrangente, com foco na promoção e comercialização de produtos tipicamente mineiros, que fortalece ações como o CMON e propicia maior alcance e abordagem estratégica para acesso a novos mercados, conectando pequenos negócios a grandes compradores. Com isso, leva a diversidade da produção mineira a diferentes mercados dentro e fora do estado e beneficia a indústria, o varejo e a gastronomia do estado, além de contribuir para o desenvolvimento socioeconômico regional.

Tom Coimbra, da Rosquinha Bel Sabor, levou ao CMON uma linha de rosquinhas sem lactose, feitas à base de amido — o que, segundo ele, confere ao produto mais crocância, maciez e sabor. O destaque ficou por conta do lançamento com sabor banana e canela, além das versões já tradicionais de coco, leite e limão.

Segundo Tom, o estande recebeu grande número de visitantes, que demonstraram interesse e aprovação pelos



produtos. Ele revelou que há negociações em andamento e perspectivas positivas de novos negócios. Tom também expressou o desejo de participar da Superminas, por considerar o evento uma excelente oportunidade para aumentar a visibilidade da marca e expandir sua presença no mercado.

Tatiana Zofoli, da marca Quintal Vegan, trouxe ao CMON um kit de feijoada vegana, com um exclusivo *mix* de carne vegetal de fabricação própria. O portfólio também incluiu a inovadora coxinha de costela à base de jaca e bolinhas de queijo vegetal, que chamaram a atenção dos visitantes da feira.

Tatiana está otimista quanto à possibilidade de fechamento de novos negócios através dos contatos realizados durante a Superinter. Ela também já se prepara para participar da Superminas, que acontece em outubro, em Belo Horizonte, como forma de ampliar ainda mais a visibilidade da marca e suas conexões comerciais.

A Superinter da Zona da Mata, em Juiz de Fora, contou com o apoio do SEBRAE-MG, da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (SEDE) e da Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais (CODEMGE).

LISTA DE EXPOSITORES/PATROCINADORES

Avanço; Banco Inter; Bebidas Serrana; Bem Fresco; Cam Representações; Campo Bom; Chuá; CRLD ADV; Cru-

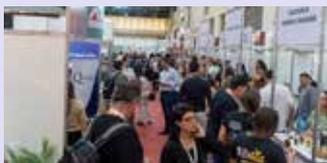


zeiro do Sul; Danper; Delícias do Trigo; Doces Viçosa; DM Uniformes; Donna Acess; FR Representações; Gorgulho Medicina do Trabalho; Igarapé; Itambé; Laticínios Life Benvita; Laurent; Marques da Costa Representações; Marquespan; Martminas; Minasmaquinas; Oliveira Distribuição; Paletitas; Prato Fino; Portuense; Pienk; Prosegur; Prudence DTK; Qualiseg; Qualys; Rede Minipreço; Saudali; Sepac; Sol e Neve; Sucos Prats; Tio Paco; Tramontina; TV Integração; Velas Irmã Dulce; VR Software.

LISTA DE EXPOSITORES CMON

Associação dos Produtores de Queijo Artesanal da Região Serras da Ibitipoca; Barock Cervejaria; Bee Nectar; Biscoitos Santimais; Cachaça Cana da Serra; Cachaça Morro Grande; Cachaça Sô Nicó; Casa do Doce de Canudo; King Brownie; Laticínio Fazenda Generosa; Laticínios Linda; Linguçaria Soberana; Notacho Doceria Caipira; Olívia Bistrô; Pimentas Gourmet Trinidad; Quejaria Humaitá de Minas; Queijos Tarôco; Quintal Vegan. 🛒

GALERIA



Supermaxi inaugura em Uberlândia sua 33ª loja

A Rede Supermaxi inaugurou mais uma unidade em Uberlândia. O novo ponto fica na avenida Manoel Lúcio, 155, no bairro Grand Ville. A abertura oficial ocorreu em 15 de abril e, informa a direção da empresa, “marca mais um passo importante na missão da rede de oferecer qualidade, variedade e atendimento de excelência, cada vez mais perto dos seus clientes”.

A nova loja foi planejada para proporcionar experiência de compra diferenciada, com estrutura moderna, “ambiente acolhedor e um *mix* de produtos cuidadosamente selecionado”. São seções de hortifrúti, açougue, padaria, mercearia, bazar, bebidas, higiene e limpeza, entre outras. Com 800 metros quadrados de área de vendas, a nova unidade conta com seis *checkouts* tradicionais e 2 *self-checkouts*, para mais praticidade e agilidade no atendimento. A loja gerou mais de 60 vagas de empregos na região. Com mais essa unidade em Uberlândia, a rede reforça o posicionamento de

estar presente nos bairros, o que faz impulsionar o desenvolvimento do comércio de vizinhança.

Esta é a 33ª loja da empresa e a segunda loja inaugurada neste ano. A primeira foi aberta no dia 4 de fevereiro, no bairro Tocantins, também em Uberlândia.



Divulgação

Gestão Engenharia entrega mais duas novas obras para o setor

A Gestão Engenharia, especializada em Sistemas de Coberturas, vem ganhando espaço no setor supermercadista, revitalizando os telhados de várias redes com sua tecnologia inovadora e sustentável, capaz de enfrentar qualquer problema e patologia, colocando fim aos vazamentos, reduzindo a temperatura interna do ambiente e prolongando a vida útil, tudo isso sem interromper a operação do cliente. Desta vez, foram entregues duas obras do setor, sendo uma unidade do Mineirão Atacado e Varejo, em Coronel Fabriciano (MG). Já no Espírito Santo, foi a fábrica da Real Café, do Grupo Tristão. O grande desafio das duas foi a alta patologia da cobertura,

devido a idade avançada de mais de 15 anos, onde estava bem fragilizada a estrutura. Outro ponto foi a instalação das venezianas translúcidas Gestlux, renovando o compromisso com a sustentabilidade aliada à maior eficiência energética. Conforme Gustavo Pércope, Diretor Comercial, “a parceria com a AMIS tem gerado cada vez mais oportunidades aos seus associados de estar conhecendo o nosso trabalho. Já trabalhamos em outras unidades do setor e mostramos que recuperar o telhado, sem paralisar a atividade de forma eficiente, obtém resultados significativos para a operação, além, é claro, dos 10 anos de garantia sem manutenção”.



Divulgação

MELHOR A CADA ANO

LÍDERES DO VAREJO EM PATOS DE MINAS CONFIRMA A RELEVÂNCIA DO VAREJO SUPERMERCADISTA NA REGIÃO COM CRESCIMENTO CONTÍNUO A CADA ANO

Adenilson Fonseca

Participação recorde e reconhecido pelo êxito em negócios, relacionamento e conhecimento. Esse foi o *Líderes do Varejo*, organizado pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS), dia 26 de março, em Patos de Minas. Em sua quarta edição, o evento reuniu 508 participantes, de 41 municípios, promoveu palestras, reunião, feira de negócios, além de atualização sobre tendências e inovações e foi prestigiado por empresários e colaboradores do setor, expositores e autoridades.

No dia anterior, houve a capacitação dos empreendedores para participarem do Circuito o Mineiro de Oportunidades e Negócios (CMON). No dia 26 a reunião de lideranças regionais, num hotel da cidade, deu início à programação. A reunião teve por objetivo a apresentação e discussão dos principais temas pertinentes ao setor. Na

oportunidade, o Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala, apresentou também os números do setor no fechamento de 2024, como abertura de lojas, geração de empregos e variação do consumo.

O *Líderes* prosseguiu à tarde, no espaço de eventos da Unipam, com a feira e a programação no auditório. “Tivemos duas palestras extremamente esclarecedoras, muito bem avaliadas, e curso de capacitação de gerentes. Então, foi uma programação muito positiva e um público-alvo bem acima de anos anteriores”, relatou o vice-presidente Regional da AMIS em Patos de Minas, Rogério Luciano de Oliveira, diretor do Moderno Supermercados.

As palestras foram ministradas pela especialista em comportamento humano, Simara Alves, e pelo professor e consultor Alírio Couto, com os

O Vice-Presidente Regional da AMIS em Patos de Minas, Rogério Luciano de Oliveira, dá as boas-vindas aos participantes do evento



temas “Protagonismo de Sucesso” e “Estratégias de Compras e Gestão Humanizada”, respectivamente.

Também vice-presidente Regional da AMIS em Carmo do Paranaíba, Jander de Castro Godim, diretor do Supermercado Uai, avaliou que o evento “é um incentivo para voltar para casa, trabalhar mais ainda ao ver que o setor tem espaço para crescer. Basta a gente aproveitar as oportunidades”, disse. “Eu trouxe o meu colaborador, o Charles, para participar do curso de formação de líderes. A AMIS tem muita coisa boa para nós. Às vezes a gente fala que não tem treinamento, mas basta aproveitar o que a AMIS pode oferecer. Aqui nessas palestras, hoje, são pessoas muito competentes com conhecimento”, afirmou.

Para Paulo Souza, diretor da Panattos empresa sediada na cidade e expositora e patrocinadora do *Líderes do Varejo*, o evento foi “um sucesso”. Ele avaliou que o *Líderes* está melhor a cada ano. “Para nós é um privilégio muito grande, porque a gente tem contato com os nossos clientes atuais e futuros, que degustam os nossos produtos. Então, foi muito proveitoso, com sucesso total. É uma alegria termos essa parceria com a AMIS”, confirma.

ABERTURA OFICIAL

A abertura oficial foi prestigiada por autoridades, lideranças do setor e parceiros institucionais. O primeiro a discursar foi Rogério Luciano de Oliveira, anfitrião do evento. Ele fez uma análise sobre as condições político-econômicas do Brasil frente a diversos países; ressaltou fatores que dificultam o crescimento econômico e do setor supermercadista, que enfrenta desafios como juros altos, dificuldade de contratar pessoas, entre outros, e ressaltou a resiliência do setor frente a esses desafios. Mas incentivou a não parar: “Sigamos em frente, com os nossos sonhos”, disse, ao final.

Na sequência, quem discursou foi Claret Nametala, que ressaltou a relevância do setor e a pujança da região. “Começar a série de eventos do interior por Patos de Minas nos enche de muita expectativa, de muita esperança”, disse. “Nós es-



tamos com uma expectativa muito boa para este ano. O setor cresceu 3,84% no ano passado e aqui na região do Triângulo e Alto Paranaíba foi 4,54%, o maior crescimento regional. Isto mostra a força, a pujança de vocês. Nós, empresários, temos que levantar a cabeça, perceber as oportunidades e ocupar os espaços. Por que o setor cresce? Exatamente porque ele está atento ao que o consumidor tem buscado”, lembrou.

Em seguida, a analista técnica do Sebrae Minas, Jéssica Viana Gonçalves, ressaltou a participação do Sebrae no evento: “Para nós, do Sebrae, é uma grande satisfação fazer parte de mais esta edição do *Líderes do Varejo*. É de ex-

No alto da página, movimentação na Feira de Negócios realizada durante o evento; lideranças da região e pequenos fornecedores e supermercadistas em interação no Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios (CMON)



trama importância ter este evento sediado em Patos de Minas, porque aqui temos 23 mil empresas, e quando a gente olha os CNAEs, de fato os supermercados, minimercados e mercearias representam os principais segmentos de negócios. É um setor que tem impulsionado a economia local”, ilustrou.

A diretora de Promoção ao Pequeno Negócio e Empreendedorismo, da Secretaria de Desenvolvimento Econômico – SEDE-MG, Gláucia Fialho Fonseca, também no seu discurso, agradeceu a parceria da AMIS e do Sebrae no CMON e falou sobre a relevância dele. “O objetivo do Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios é dar oportunidade para pequenos produtores terem acesso aos supermercadistas para conversar e fazer negócios”, informou. “No final do ano passado a gente inaugurou o programa ‘Vem de Minas’, que tem por objetivo divulgar e comercializar produtos tipicamente mineiros. Então, venho aqui convidar a todos para que conheçam o espaço ‘Vem de Minas’ e o Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios”, disse.

CMON E “VEM DE MINAS”

O CMON, uma correalização da AMIS, SEBRAE-MG e Governo de Minas Gerais, por meio da SEDE, é um espaço reservado para exposição, agenda de relacionamento e inserção de pequenos fornecedores, como cooperativas, agroindústrias e microempresas nos supermercados mineiros. Neste ano, está integrado ao “Vem de Minas”, que é uma iniciativa mais ampla, com foco na promoção e comercialização de produtos tipicamente mineiros, que fortalece ações como o CMON, e propicia maior alcance a mercados, conectando pequenos negócios a grandes compradores. Com isso, beneficia a indústria, o varejo e a gastronomia do estado e contribui para o desenvolvimento socioeconômico regional.

O *Líderes do Varejo* em Patos de Minas teve apoio do Sindicómércio, Acipatos, CDL Patos de Minas e da FIEMG.

GALERIA

PROGRAMA VIDA

O *Líderes do Varejo* teve a atuação do “Programa Vida”, que cuida da parte social da AMIS. Durante o evento, pessoas participantes e os expositores foram convidados a doar alimentos ou produtos de higiene e limpeza. Foram recolhidos 250 quilos de produtos e entregues ao Lar Paulo e Estevão, instituição que atua no amparo a crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

HOMENAGEM AO PREFEITO DE BH

Antes de iniciar seu discurso, o Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala, prestou uma homenagem ao prefeito de Belo Horizonte, Fuad Noman, que faleceu na manhã daquele dia 26 de março. Claret solicitou ao público que ficasse de pé e fizesse um minuto de silêncio em respeito à memória do prefeito Fuad, que em sua campanha política visitou a sede da AMIS, em Belo Horizonte, onde esteve em reunião com a diretoria da entidade. Ele havia se colocado à disposição do setor supermercadista para um trabalho conjunto.

EXPOSITORES/PATROCINADORES (POR ORDEM ALFABÉTICA)

Café Cristal; Café da Origem; Casa Bruxel; Cemil; Coopatos; Cooprata; Igarapé Água Mineral; Laurenti; Marquespan; Mart Minas (patrocinador de palestras); Panattos (expositor e patrocinador de crachá/cordão e de palestras); Politriz; Produtos Lactowal; Prosegur (patrocinador de almoços); Qualiseg Brasil (expositor e patrocinador de palestras); Suinco; Tati Minas e TV Integração.

EXPOSITORES DO CMON (POR ORDEM ALFABÉTICA)

Avipan Alimentos; Cachaça Boi Parido; Cachaça Tomaz; Du’Guedes Charcutaria; Dulcerrado by Expocacer; Granja Santa Rita; Lekker Alimentos; Mandioca Campo Belo; Minas Cabra; Pamonhas da Tia Vani; Queijaria Catulé; Queijo Mendes; SB Uniformes; Tempero D’Minas; Território da Terra e Tia Vilda. 🛒



MAIS QUE ORGULHO DE pertencer, “é paixão!”

A VIBRAÇÃO DE ENCONTRAR A PRIMEIRA OPORTUNIDADE FORMAL DE TRABALHO, TER DEDICAÇÃO, VONTADE DE TRABALHAR, AMAR O QUE FAZ E GOSTAR DE GENTE. ESSAS SÃO AS QUALIDADES DE PROFISSIONAIS VITORIOSOS QUE SE ORGULHAM DE PERTENCER AO SETOR SUPERMERCADISTA

Adenilson Fonseca

É muito orgulho de pertencer! Ou mais do que isso: “É paixão!”. Esse é o sentimento da gerente de loja do Supermercado Via Bahia na unidade do bairro Santa Efigênia, em Belo Horizonte, Rita de Cássia Gonçalves. Natural de Pitangui, na região Central do estado, ela veio para a Capital trabalhar. Passou por outros segmentos, mas foi no supermercado que se sentiu em casa. Ela entrou para o Via Bahia em 14 de setembro de 1991, ou seja, já se vão praticamente 34 anos na loja.

São muitos os exemplos de quem chegou ao setor ainda muito novo, foi aprendendo novas funções, passou a gostar e nunca mais saiu. “Hoje eu posso dizer que domino a área, e quando você domina você sai de casa não para trabalhar, mas fazer o que gosta”, afirma Cleisson Rodrigues de Araújo, que aos 20 anos de idade começou numa vaga para trabalho temporário, no final de 2016, no Major Supermercados, em Brasília de Minas, Norte do estado, rede com duas lojas na cidade e duas em Montes Claros.

“Eles gostaram do meu serviço e assim permaneci e estou aqui até hoje”, revela o gerente, de 29 anos, dois deles no cargo atual. “Eu posso dizer que passei por todos os setores da loja e aprendi a gostar, a amar mesmo. Você começa lá de baixo, organizando setores, no atendimento, melhora a comunicação. Eu mesmo tinha muita dificuldade de comunicação, era muito tímido, muito mesmo, e aprendi essa comunicação aqui dentro”.

Ronaldo Mariano hoje gerencia a unidade do Irmão Supermercado, em Inhapim, no Vale do Rio Doce, uma loja de 3.800 metros quadrados de área total e 1.400 de área de venda. Sob sua liderança, são 105 colaboradores. Hoje, aos 47 anos, ele começou aos 18 na empresa, que tem seis lojas e sede em Caratinga, na mesma região.

A primeira função é menos comum hoje: pesar alpiste, painço, açúcar, cereais. Era junho de

Rita de Cássia Gonçalves, gerente do Supermercado Via Bahia, unidade Santa Efigênia, em Belo Horizonte



1996 e Mariano chegava ao seu primeiro emprego, indicado por um amigo em comum ao “Seu Mário” (Mário Éber, sócio do Irmão Supermercado, com o irmão Ary Soares). A loja era a do bairro Santo Antônio, em Caratinga, bem pequena, com 19 colaboradores, incluindo o recém-chegado. “A loja sempre deu oportunidades para o funcionário. Surgiu a oportunidade para eu virar conferente do depósito e eu quis aprender. Todas as coisas que me traziam eu quis aprender. Era conferente, organizador de depósito, depois tive vontade de aprender a fazer cartazes escritos à mão e virei cartazista da loja. Lembro que o seu Mário pagou um curso para mim”, recorda.

Depois, a irmã dos sócios Mário e Ary, Solange Soares, gerente da loja, requisitou o colaborador para aprender mais funções e ofereceu a ele trabalhar no açougue, onde ficou por uns cinco meses. “Surgiu uma vaga para operador de caixa eu vim para essa vaga, mas com a visão de virar fiscal de caixa” disse ele. A função, na prática, era subgerente. Logo surgiria a oportunidade para assumir a gerência, o que ocorreu em 2004. “Surgiu essa oportunidade para eu ser gerente da loja, onde fiquei por 16 anos no total”, conta.

Em outubro de 2018, a rede Irmão abriu sua primeira filial fora de Caratinga, em Inhapim, para onde Mariano foi transferido.

“Oportunidade!” Esta é a palavra que extrai muitas frases de agradecimento de Cleisson Araújo, do Major Supermercados. Ele começou como repositor, passou cerca de 6 meses como entregador, retornou para a área de reposição, num total de 3 anos. Passou também pela função de caixa e pelo atendimento, no crediário e no açougue, onde trabalhou por 4 anos, quando foi para o almoxarifado e controle de perdas, até ser promovido a gerente. “Essa área proporciona muitas oportunidades para a carreira e a vida e lhe traz muitos resultados”, ilustra.

PRAZER EM ATENDER

Para ter um dia a dia ainda mais agradável e maior aproximação com o cliente, Rita, do Via Bahia, tem sua estratégia. “Eu trato todo mundo pelo



nome. Acho isso importantíssimo”, disse. Quando o cliente entra na loja, ela faz questão de ir até ele, perguntar o nome e o que está procurando. “Se vejo que a pessoa veio à loja pela primeira vez, já pergunto se é nova no bairro, se está morando na região; isso cria mais proximidade”, afirma.

Ronaldo Mariano disse que uma forma de estar bem no trabalho é tratar bem quem chega à loja. “Temos de ter orgulho de atender a todas as pessoas que passam por aqui. O que prego para minha equipe é que não importa se vai entrar uma pessoa da pele clara, pele escura, pessoas magras ou gordas, se está limpo ou sujo; o nosso atendimento tem que ser o melhor. Se ele compra 1.000 mil reais ou 1 real eu quero que o atendimento seja igual. O que comprou 1 real hoje, devido ao atendimento amanhã pode vir e comprar 10 mil reais”, pondera.

Ele lembra que lidar com pessoas não é mesmo fácil, mas quando se ama o que faz, o profissional vai para o trabalho se divertindo, de uma maneira mais suave. “Eu amo lidar com pessoas”. Para ele, o tema central da AMIS, “Supermercado, Orgulho de Pertencer”, reforça o que é o slogan da empresa: “Irmão supermercados – Orgulho em atender bem!”

“AQUI ME DEU TUDO”

São muitos também os casos de colaboradores que construíram todo o seu patrimônio material e o conhecimento trabalhando em supermercados. Foi agarrando as oportunidades, com dedicação e muito trabalho, que Rita conseguiu ter os bens que desejou e, mais do que isso, estudar as filhas. “Aqui me deu tudo”, resume. “Desde

Cleisson Rodrigues de Araújo, gerente da loja do Major, em Brasília de Minas

a minha casa a tudo que eu tenho. Formei filha. Tudo foi daqui”, conta, agradecida. As filhas são Anne Mourão, que é formada em Direito, e Letícia Souza, estudante de Psicologia.

Para Mariano, o trabalho no setor também significou mudar de vida do ponto de vista socioeconômico. “O que tenho hoje foi conquistado com muita dedicação, graças ao meu trabalho no supermercado. Trabalhando aqui eu construí minha família, podendo fazer por eles o que meus pais não podiam fazer por mim”, observa.

Araújo, do Major, destaca o fato do setor ser um dos maiores geradores de emprego, contratando cada vez mais pessoas. “Aqui não falamos em trabalhar com funcionários, falamos em famílias. É uma alegria muito grande contratar uma pessoa. Não estou dispensando outra; é uma a mais. Eu estou aumentando uma família aqui dentro da loja e isso faz a gente ir gostando mais do local em que trabalha”, reforça.

Foi trabalhando no supermercado que ele também conseguiu formar um bom patrimônio em bens. “Sou muito agradecido. Quando entrei aqui, eu tinha uma moto; hoje tenho um carro muito bom, tenho a minha própria casa, uma casa muito boa mesmo; tenho a moto e a minha esposa tem moto também. Temos chácara e vários terrenos”, detalha. Mas tem uma conquista ainda maior: “É uma história muito emocionante. Eu conheci a minha esposa

trabalhando aqui, e o bem maior é minha esposa”, orgulha-se. A esposa é a professora Lumara Pereira dos Santos, que também já trabalhou no setor. Mas o gerente a conheceu quando fazia entregas, ao fazer uma delas na casa de Lumara.

VENHA PARA O SETOR

“Eu posso dizer que o setor supermercadista dá muitas oportunidades de crescimento em várias dimensões da vida. É só querer”, afirma Araújo. Paralelamente ao trabalho, ele se preocupou também em se desenvolver profissionalmente. Formou-se em Educação Física e iniciou a faculdade de Administração. Esta, porém, ele interrompeu no segundo período, mas ainda não desistiu de vez, porque julga importante para sua área de atuação. “Meu pensamento no início não era trabalhar em supermercado, porque eu não conhecia a área, mas na nossa cidade era o setor que mais gerava emprego na época. Eu entrei e me apaixonei pela área. A Educação Física era uma coisa que eu queria muito, mas fazendo a faculdade e trabalhando, acabei gostando mais do serviço”, descreve.

Rita Gonçalves lembra que existem muitos jovens que buscam carreiras no setor e tem muitas oportunidades para crescer. “Eu tenho aqui na minha equipe jovens que trabalham super bem. No supermercado pequeno, você faz de tudo. É caixa, é repositor, atendente, faz tudo. É preciso ter boa vontade; não é só cumprir horário, é trabalho mesmo. São muitas as oportunidades; depende da pessoa”, ressalta.

“É preciso ter vontade, dizer ‘eu quero’. É muito importante pegar para fazer também”, conta Mariano. “Este setor é muito desafiador, mas tem pessoas, tirando por mim, que nasceram para trabalhar em supermercado. Eu amo o que faço e me tornei um ser humano melhor”, conta.

“O que falo para quem está pensando em entrar para o setor é que entre, se dedique muito, dê o seu melhor e faça o ‘a mais’, porque a gente sobressai quando faz o ‘a mais’, e isso proporciona a você crescer em sua vida”, recomenda Araújo, do Major Supermercados. 🛒

Ronaldo Mariano,
gerente da unidade do
Irmão Supermercado,
em Inhapim, no Vale do
Rio Doce



Representantes da AMIS e do Conseleite se reúnem

Representantes da Associação Mineira de Supermercados (AMIS) e do Conseleite, uma associação civil que reúne representantes de produtores de leite e de indústrias de laticínios no estado, se reuniram na sede da AMIS, dia 24 de abril. Na pauta, assuntos pertinentes ao segmento produtivo do leite e o varejo supermercadista, como maior alinhamento estratégico entre as partes, aproximação da cadeia produtiva do leite e o varejo supermercadista, o trabalho conjunto entre AMIS, produtores, cooperativas e o segmento como um todo, entre outros temas.



Na foto, da esquerda para a direita: o Assessor de Planejamento e Inovação da AMIS, Paulo Ricardo Parma; o gerente do departamento Comercial da AMIS, Pedro Gosende; o 1º Vice-Presidente de Finanças do Sistema FAEMG/Senar, Renato José Laguardia de Oliveira; o Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala; a Gerente Geral da OCEMG, Isabela Chenna Pérez; o Diretor Executivo do SILEMG, Celso Costa Moreira; e o Assessor Institucional da OCEMG, Geraldo Magela da Silva

Rede Giroforte cresce com parceria e se destaca no varejo mineiro

Recém-associada à AMIS, a rede de Supermercados Independentes Giroforte foi fundada em 9 de janeiro de 2003, em Três Pontas, no Sul de Minas, e hoje conta com 25 lojas em 23 cidades da região. Em 2023, a rede deu um passo estratégico ao firmar uma parceria com a rede Coosuper, visando objetivos comuns como expansão de mercado, redução de custos e fortalecimento das operações. A Giroforte adquiriu uma cota da Coosuper, tornando-se acionista e iniciando um processo de integração que já apresenta resultados expressivos.

Em menos de dois anos, a rede saltou de um centro de distribuição de 1.000 m² para um novo espaço de 6.480 m², localizado na cidade de Formiga. O faturamento também cresceu de R\$ 21 milhões, em 2023, para R\$ 60 milhões em 2024 — um aumento superior a 185%. Atualmente, o grupo soma 61 lojas (25 da Giroforte e 36 da Coosuper), um faturamento conjunto de R\$ 1,5 bilhão ao ano e um centro de distribuição de mais de 6 mil m², localizado em Formiga (MG), que abastece lojas no Centro-Oeste e Sul de Minas.

Supermercados Marinho/Supermais inaugura sua 4ª. loja em Carangola

O Supermercados Marinho chega à sua 4ª loja em Carangola, na Zona da Mata Mineira. A mais recente delas foi inaugurada no dia 4 de abril, no bairro Triângulo. A expansão do Marinho marca também o crescimento da rede Supermais, central de negócios à qual a bandeira é associada. O novo ponto conta cinco checkouts e um mix composto das seções como de padaria, adega, açougue,

mercearia, bebidas, frios e laticínios, entre outras. O Supermercados Marinho foi fundado em 1985 e, com a nova loja, passa a contar com cerca de 300 funcionários diretos, atuando nos diversos setores da empresa. A rede Supermais tem escritório e Centro de Distribuição localizados em Juiz de Fora e possui 13 associados e mais de 30 lojas localizadas na Zona da Mata e Vertentes.



O OSCAR DO setor em Minas

RECONHECIMENTO, HOMENAGEM, PARCERIA. SÃO MUITOS OS SIGNIFICADOS DO TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025

A parceria entre fornecedores e supermercadistas é um dos pilares do setor, e o *Troféu Gente Nossa Fornecedor* um símbolo desse trabalho conjunto. Em sua 39ª edição, o *Troféu Gente Nossa Fornecedor 2025* foi entregue em 3 de abril em uma cerimônia, mais uma vez, marcada pelo reconhecimento, homenagens e muita emoção. E com um importante detalhe: pela primeira vez, em todos esses anos, foi realizada na sede da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), em Belo Horizonte, que pôde acolher a expressiva presença de supermercadistas, fornecedores,

parceiros institucionais, autoridades e demais convidados, que prestigiaram a entrega daquele que é considerado o *Oscar* do setor em Minas.

O evento teve início com um coquetel servido no salão de eventos e, na sequência, a entrega aconteceu no auditório, ambos na sede da entidade. No auditório, ao saudar os agraciados e dar início à cerimônia, o presidente da AMIS, Alexandre Poni, destacou a relevância do *Troféu Gente Nossa* como a merecida homenagem dos supermercados a seus fornecedores, parabenizou os agraciados de 2025 e agradeceu o apoio também à entidade.





GRANDE HONRA

“Há 22 anos que estamos sempre presentes ao *Troféu Gente Nossa* e é sempre uma grande honra poder subir ao palco e fazer a entrega aos agraciados”, descreveu para GÔNDOLA o sentimento que envolve a cerimônia o Vice-Presidente Regional da AMIS em Caratinga, Ary Soares da Silva, Sócio Proprietário da rede Supermercado do Irmão, de Caratinga e região.

“É uma atuação em que o entrosamento é essencial e em via de mão dupla. A cada dia precisamos estar mais juntos para atender as demandas dos clientes”, avaliou a importância da parceria entre fornecedores e supermercadistas Navarro Cândido, Vice-Presidente da AMIS e Sócio Proprietário da rede Super Luna, com forte presença em Betim e municípios vizinhos da RMBH. “O *Troféu* nos ajuda a estreitar ainda mais esse relacionamento”.

BANCO INTER

Por falar em relacionamento, um dos patrocinadores da cerimônia desta 39ª edição foi o Banco Inter. O Vice-Presidente do banco, Marco Túlio Guimarães, revelou que está em expansão a presença dos serviços do banco no setor. “É um setor que impressiona pela resiliência e estabilidade, e vamos continuar cada vez mais próximos”, ressaltou.



No alto da página, vista, a partir do palco, do auditório da sede da AMIS, que recebeu pela primeira vez a cerimônia do Troféu Gente Nossa Fornecedor; o presidente da AMIS, Alexandre Poni, saúda e parabeniza os agraciados; vista parcial do coquetel de recepção no salão de eventos da sede da AMIS; na página ao lado, fornecedores e supermercadistas acompanham a cerimônia



AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]



CIMED

Outro importante patrocinador da cerimônia foi a Cimed. Segundo Bruno Bueno, Gerente Executivo na unidade de negócios da Cimed voltada para o canal alimentar, é a primeira vez que participam como patrocinadores do *Troféu*, “uma honra e a oportunidade de mostrar nossa ampla gama de produtos que podem

estar presentes nos supermercados. Ele destaca a linha de *baby care* e, também, a de *oral care*. “Nesta última, estamos chegando agora, com enxaguante e gel dental”.

DESDE 1986

Criado em 1986, o *Troféu Gente Nossa* é a maior e mais reconhecida premiação do segmento em Minas Gerais e uma das principais do Brasil. Os agraciados têm o reconhecimento e a homenagem dos supermercadistas. No total, foram agraciados os fornecedores de 30 categorias que compõem a loja supermercadista.

Os supermercados elegem pelo voto direto as empresas agraciadas de 29 categorias. Em apenas uma a escolha é feita pela AMIS: a de “anunciante do ano” da revista GÔNDOLA – veículo oficial de informação do setor supermercadista mineiro –, editada pela Associação.



GALERIA 1





AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

Empresas agraciadas com o Troféu Gente Nossa Fornecedor 2025

As empresas eleitas como Destaque dos Destaques entre as agraciadas de cada categoria estão assinaladas com um asterisco (*)

ÁGUA MINERAL



Da esq. p/ dir.: O padrinho da categoria, Jerônimo Machado, Sócio-Proprietário do **Supermercado São Jerônimo** e Vice-Presidente Regional da **AMIS** em Passos (MG); Geraldo Bruno, Executivo de Contas Sênior da **Coca-Cola FEMSA***; Ábia Antuzza de Almeida, Supervisora de Vendas da **Minalba** e Jamil Saraiva Fraiha, Diretor Comercial da **Igarapé**

LEITE



Da esq. p/ dir.: O padrinho da categoria, Alexandre Poni, Sócio-Proprietário da rede **Verdemar** e Presidente da **AMIS**; Vasco Praça Filho e Jarim Ferreira, Diretor Presidente e Vice-Presidente, respectivamente, da **Cemil***; Maurício Borges de Almeida, Diretor Comercial da **Itambé (Lactalis)** para MG, ES e Centro-Oeste e Marcos Viegas, Diretor Comercial da **Porto Alegre**



itambé

QUEIJO FATIADO
**FRESCO,
SABOROSO**

**E FÁCIL,
EXTREMAMENTE
FÁCIL**



Os únicos com
**Vitamina
Vai**

AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

CAFÉ E CHÁ



Da esq. p/ dir.: O padrinho da categoria, Diogo Ruas, Superintendente PJ do **Banco Inter**; Giovanni Pereira, Gerente Comercial da **3 Corações***; Gilberto Fernandes, Gerente de Vendas da **JDE (Pilão/ Cabloco)** e Rafael Ettore, Gerente Regional MG, RJ e ES da **Melitta**

ÓLEOS E AZEITES



Da esq. p/ dir.: O padrinho da categoria, Virgílio Villefort, Presidente da rede **Villefort Atacarejo** e Presidente da Associação Brasileira dos Atacadistas de Autoserviço (**ABAAS**); Giovanni Rios, Coordenador de Contas da **ADM**; Emanuel Tavares Rocha, Gerente Regional de Vendas MG da **Cargill*** e Armando Cadima, Head de Vendas da **Gallo**



Agradecemos pela parceria que nos levou à conquista do **Troféu Gente Nossa Fornecedor 2025 de Óleos e Azeites.**



Esse reconhecimento é um reflexo do nosso compromisso em estabelecer parcerias sólidas e de longo prazo, oferecendo um portfólio de qualidade, com os melhores produtos para a sua loja.

A gente cuida para que cada detalhe **chegue perfeito a você.**



E confira os novos sabores de Elefante!
Trazendo praticidade e sabor para sua mesa.



Cargill



AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

CONSERVAS E TEMPEROS



Da esq. p/ dir.: O padrinho da categoria, Adriano Pelincari, Head Comercial do **Grupo ABC**; Leonardo dos Santos Mesquita, Gerente Regional da **Kraft Heinz**; Lucas Trevizaneli, Diretor da **Predilecta*** e Marcus Vinicius Gasparotto, Diretor Nacional de Vendas de Foods da **Unilever**

QUEIJO E/OU REQUEIJÃO



Da esq. p/ dir.: Maurício Borges de Almeida, Diretor Comercial da **Itambé (Lactalis)*** para MG, ES e Centro-Oeste; o padrinho da categoria, Bruno Oliveira, Diretor Comercial da rede **Supermercados BH**, Vice-Presidente de Desenvolvimento Tecnológico da **AMIS** e Vice-Presidente da **AMIS Jovem**; João Lúcio Barreto Carneiro, Diretor Presidente da **Porto Alegre** e Magno César Sobrinho, Gerente Regional da **Vigor**



O SABOR QUE CONQUISTOU MINAS É TÊTRA CAMPEÃO

Pelo 4º ano consecutivo, a Predilecta é campeã nacional na categoria conservas e temperos.

Um reconhecimento que só reforça o nosso compromisso com a qualidade, o sabor e o carinho em cada receita.

*Predilecta, feito com amor.
Reconhecida com orgulho!*





AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

CARNE BRANCA

Da esq. p/ dir.: Valdemir Teixeira da Silva, Gerente Regional Rota MG da **BRF***; Luiz Cláudio Dias Oliveira, Diretor de Vendas da **JBS (Seara)**; o padrinho da categoria, Matheus Neves, Diretor do **Mart Minas e Dom Atacadista**, Presidente da **AMIS Jovem** e Vice-Presidente de **Sucessores da AMIS** e Jane Gley Fernandes, Gerente Comercial AS da **Pif Paf Alimentos**



GALERIA 2



FORNECEDORES, OS MAIORES ENCONTROS DO VAREJO DO INTERIOR ESPERAM POR VOCÊ!

Não perca a chance de conectar sua marca aos **principais players do setor!**

Participe dos eventos **SEVAR, Líderes do Varejo e Superinter**, onde as oportunidades de negócios são reais e os **contatos estratégicos** são feitos!

Participe, **amplie sua rede de contatos** e feche grandes negócios!



Joaquim Moreira
(31) 98492-5744
joaquim.moreira@amis.org.br



Alexandre Soares
(31) 98427-1737
alexandre.soares@amis.org.br



10 DE JUNHO



25 E 26 DE JUNHO



09 E 10 DE JULHO



13 E 14 DE AGOSTO



27 E 28 DE AGOSTO





AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

DISTRIBUIDOR

Da esq. p/ dir.: Flávio Ramos, Gerente Regional do **Arcom**; Neuza Braga Bemfica, Gerente Geral de Contas do **DEC Minas**; Elder Rocha Elias, Diretor de Vendas da **Stoque Mercantil*** e o padrinho da categoria, Adriano Ferreira, Sócio-Proprietário da rede **Somar Supermercados** e Vice-Presidente Regional da **AMIS** em Divinópolis (MG)



GALERIA 3



Esta conquista, por **CINCO ANOS** consecutivos,
é o resultado do nosso **compromisso**
com a **qualidade**, valorização do trabalho
e dedicação de toda nossa **equipe**.



TROFÉU
GENTE
NOSSA

CATEGORIA
MELHOR
DISTRIBUIDOR

Agradecemos aos Supermercadistas mineiros.

Stoque
MERCANTIL

stoquemercantil.com.br

A NISSIN, nossa parceira
de distribuição, também foi
agraciada com o
TROFÉU GENTE NOSSA,
categoria Massas, reforçando
nosso compromisso
com a inovação e
a qualidade em nosso
portfólio de produtos.



TROFÉU
GENTE
NOSSA
CATEGORIA
MASSAS

NISSIN



AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

BEM-ESTAR: PRODUTOS ORGÂNICOS, FUNCIONAIS E/OU VEGANOS

Da esq. p/ dir.: Maurício Borges de Almeida, Diretor Comercial da **Itambé (Lactalis)*** para MG, ES e Centro-Oeste; o padrinho da categoria, Victor Becatini Antunes, Gerente Distrital de Vendas da **Cimed**; Leonardo da Cunha Carvalho, Gerente de Vendas da **Nestlé** e Edmilson Gonçalves, Head Regional da **Vitao Alimentos**



OVOS E FLV

Da esq. p/ dir.: Henrique Benassi Gestich, Diretor Comercial da **Benassi***; Eduardo Soares, Diretor da **NL Frutas**; o padrinho da categoria, Ary Soares da Silva, Sócio-Proprietário da rede **Supermercado do Irmão** e Vice-Presidente Regional da **AMIS** em Caratinga (MG) e Igor Nori Motta, Diretor da **Per'fa Alimentos**





**AO SUPERMERCADISTA
MINEIRO, O NOSSO
MUITO OBRIGADO!**

Receber o reconhecimento como
melhor distribuidor de hortifrúti e
flores é uma honra que celebra a
nossa dedicação em oferecer sempre
os melhores negócios e resultados
aos nossos clientes.

Entre em contato conosco:

(031)97122-4086.

Temos diversas oportunidades
para o seu negócio.



Benassi
MINAS



AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

BEBIDAS ALCOÓLICAS – EXCETO CERVEJA

Da esq. p/ dir.: Ariane Pinheiro Avelino, Head Regional de Vendas da **Concha Y Toro***; o padrinho da categoria, Navarro Agostinho Cândido, Diretor da rede **Super Luna Supermercados** e Vice-Presidente da **AMIS**; Fábio de Azeredo Trindade, Gerente Distrital MG da **Diageo** e Marcelo Santos Oliveira, Executivo de Contas da **Pernod Ricard**



HIGIENE E PERFUMARIA

Da esq. p/ dir.: Alexandre dos Santos Vitalino, Gerente Regional de Vendas da **Colgate-Palmolive***; o padrinho da categoria, Rodolfo Kayser Nejm, Vice-Presidente do **Grupo Supernosso** e Vice-Presidente da **AMIS**; Daniel Melo Dantas, Gerente de Vendas da **P&G** e José Carlos Vaz, Diretor de Vendas Rota Direta Norte Beauty e Personal Care da **Unilever**



VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —

TROFÉU
GENTE
NOSSA
FORNECEDOR
2025



CAMPEÃ NA CATEGORIA
BEBIDAS ALCOÓLICAS

BEBA COM MODERAÇÃO.



AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

ANUNCIANTE DA REVISTA GÔNDOLA DO ANO



Da esq. p/ dir.: Pedro Gosende, Gerente Comercial da **AMIS**; Pedro Paiva, Coordenador de Trade da **Coca-Cola FEMSA*** e o Gerente de Comunicação da **AMIS**, Adenilson Fonseca

FARINÁCEOS



Da esq. p/ dir.: Alexandro Bach, Gerente de Vendas da **Bunge**; Jane Marques Ferreira, Coordenadora Logística da **Santa Amália**; o padrinho da categoria, Gustavo Farid, Sócio-Proprietário da rede **Supermercado Irmãos Farid** e Vice-Presidente Regional da **AMIS** em Itabirito (MG) e Luana Vieira, Gerente Nacional de Vendas da **Vilma Alimentos**



Mais uma vez, destaque dos destaques

Ao longo dos nossos **100 anos**, colecionamos importantes conquistas no **Troféu Gente Nossa**. Mas, a cada edição, se renovam a alegria e a gratidão por seguirmos presentes no seu dia a dia.



Neste ano, estamos entre os **Top 3** na categoria de massas e somos **vencedores em farináceos**. E é com esse reconhecimento que apresentamos a nova **Farinha Premium**, que chega para impulsionar ainda mais a categoria.



Vilma

100
— ANOS —



AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

PERECÍVEIS LÁCTEOS

Da esq. p/ dir.: Henrique Pereira, Gerente de Contas da **Danone**; o padrinho da categoria, Filipe Martins, Diretor do **Mart Minas e Dom Atacadista**; Maurício Borges de Almeida, Diretor Comercial da **Itambé (Lactalis)*** para MG, ES e Centro-Oeste e Paulo Parma, Assessor de Inovação e Planejamento da **AMIS**, que representou Giovanni Leite, Gerente Regional da **Nestlé**



PERECÍVEIS CONGELADOS, RESFRIADOS E EMBUTIDOS

Da esq. p/ dir.: Norberto Milagres, Supervisor de Vendas de Autosserviço da **Bem Brasil**; o padrinho da categoria, Alexandre Poni, Sócio-Proprietário da rede **Verdemar** e Presidente da **AMIS**; Rose Andrade, Gerente Regional AS MG da **BRF*** e Nelson Gabriel Fecher Jr., Diretor Regional da **JBS (Seara)**



MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS, CARRINHOS E INSTALAÇÕES COMERCIAIS

Da esq. p/ dir.: Marco Antônio Costa, Diretor Comercial da **Eletrofrío Refrigeração***; o padrinho da categoria, Renato Godinho, Diretor da rede **Meu Prata Supermercado** e membro do Conselho Superior da **AMIS**; Wallace de Alencar Abu Kamel, Gerente Regional MG da **NSF** e Rogério Silva Serafim, Supervisor Comercial de Vendas da **Toledo**



BEBIDAS NÃO ALCÓOLICAS – EXCETO ÁGUA

Da esq. p/ dir.: Douglas Boechat, Gerente de Categorias da **Ambev**; o padrinho da categoria, Carlos Henrique Guedes Reis, Diretor do **Grupo Bahamas**; Nilo Júnior, Gerente de Contas da **Coca-Cola FEMSA*** e Renato Prado, Diretor Comercial da **Tial**





AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

CEREAIS

Da esq. p/ dir.: Cíntia Antonacci, Coordenadora de Trade Marketing Nacional do **Arroz Prato Fino (Pirahy Alimentos)***; o padrinho da categoria, Pedro Lourenço de Oliveira, Presidente da rede **Supermercados BH** e Vice-Presidente da **AMIS**; Rubens Martins de Araújo, Presidente do **Arroz Vasconcelos** e Jane Marques Ferreira, Coordenadora Logística da **Camil**



GALERIA 4



TROFÉU GENTE NOSSA

FORNECEDOR
2025

Obrigado Minas Gerais ♥

Pelo 6º ano consecutivo, somos campeões do Prêmio Gente Nossa, conquistando o 1º lugar na categoria de cereais em Minas Gerais!

Nosso muito obrigado ao setor supermercadista mineiro e a todos que fizeram parte dessa conquista, em um ano tão especial, no qual celebramos também os nossos 50 anos.



cozinhar e compartilhar





AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

PÃO DE QUEIJO

Da esq. p/ dir.: O padrinho da categoria, Roberto Gosende, Diretor do **Grupo DMA**, Vice-Presidente da **AMIS** e membro do Conselho Editorial da **Revista GÔNDOLA**; Rodrigo Abreu, CEO da **Forno de Minas***; Jane Gley Fernandes, Gerente Comercial AS da **Pif Paf Alimentos** e Felipe Dolabela, Diretor de Produção da **Seu Ninico**



GALERIA 5





LANÇAMENTO

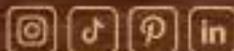
PÃO DE QUEIJO *com* CALABRESA

GOSTOSO
DO JEITO QUE A GENTE
SABE FAZER

A MARCA
Nº1
AGORA COM UM
NOVO SABOR



Acesse: fornodeminas.com.br
Siga a Forno: @fornodeminas





AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

PÃES CONGELADOS

Da esq. p/ dir.: O padrinho da categoria, Antônio Claret Nametala, Presidente Executivo da **AMIS**; Gustavo Coelho Guimarães, Supervisor Comercial da **Marquespan***; Leonardo Braga Garcia, Gerente Nacional de Vendas da **Panattos** e Aline Ferreira Gimenes, Supervisora Comercial da **Tati Minas**



GALERIA 6



MARQUESPAN

ALIMENTOS

TROFÉU GENTE NOSSA!!!

O reconhecimento dos supermercadistas de Minas Gerais



Receber o Troféu Gente Nossa é uma honra que nos emociona, nos inspira e, sobretudo, nos compromete ainda mais com a missão que move a Marquespan desde o primeiro forno aceso: fazer parte da mesa e da vida dos mineiros, com respeito, qualidade e dedicação genuína.



Este reconhecimento, vindo de uma entidade tão respeitada quanto a Associação Mineira de Supermercados, que atuam nos quatro cantos de Minas Gerais, tem um valor imensurável para nós. Ele carrega o peso simbólico da confiança, da parceria construída com trabalho diário e da acolhida calorosa que sempre encontramos nesta terra de cultura rica, hospitalidade única e paixão pelo bom pão.

Minas Gerais é, para a Marquespan, mais do que um mercado estratégico. É uma terra que nos inspira. É aqui que aprendemos ainda mais sobre o valor da tradição, sobre a força do vínculo entre marcas e pessoas, e sobre como um alimento pode ser, sim, um elo entre histórias, famílias e gerações.

Nosso agradecimento é dirigido a cada supermercadista que acredita em nosso trabalho, que abre as portas de suas lojas aos nossos produtos e que compartilha conosco o propósito de oferecer alimentos de qualidade às famílias mineiras. Vocês são os verdadeiros protagonistas desta conquista. O Troféu Gente Nossa pertence a todos que, com coragem, resiliência e espírito empreendedor, transformam o setor supermercadista em uma engrenagem essencial para a economia e para a vida das pessoas.

Este prêmio também reforça nosso compromisso com a inovação, com o investimento em soluções logísticas eficientes e com a entrega de produtos sempre frescos, saborosos e prontos para surpreender. A Marquespan continua olhando para o futuro com os pés firmes na tradição e com o coração aberto às transformações que o mercado exige.

Seguimos acreditando na força das parcerias verdadeiras. Seguimos acreditando em Minas. E seguimos gratos, profundamente gratos, por cada oportunidade de fazer parte da sua história, do seu negócio e da sua confiança.

Muito obrigado, AMIS. Muito obrigado, supermercadistas mineiros. Esta conquista é de todos nós. Viva o setor supermercadista mineiro. Viva a Marquespan!!!

“Para nós o pão é SAGRADO.”



AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

PÃES INDUSTRIALIZADOS

Da esq. p/ dir: William Gladstone Ribeiro Mendes Jr., Diretor Nacional da **Bauducco***; o padrinho da categoria, Salvador Bahia, Sócio-Proprietário da rede **Supermercado Via Bahia** e membro do Conselho Fiscal da **AMIS**; João Vinhas de Arantes Neto, Diretor Geral da **Vale do Sol** e Norberto Bruno Jr., Gerente Regional da **Wickbold**



TECNOLOGIA (INCLUINDO INOVAÇÃO TECNOLÓGICA)

Da esq. p/ dir.: O padrinho da categoria, Antônio Claret Nametala, Presidente Executivo da **AMIS**; Gabriel Vilela Junqueira, Diretor Comercial da **Avanço Informática**; Antônio Luiz de Souza Jr., Diretor de Tecnologia da **S&I Automação e Refrigeração** e Marcelo Vinícius Gonçalves de Lima, Gerente Executivo de Serviços da **Totvs***



chegou

Bauducco
PÃO
Brioachine

**Diferente de
tudo que você
conhece.**



Experimente!



AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

MASSAS

Da esq. p/ dir.: Felipe Lazaro Astolphi, Gerente de Negócios da **Nissin**; o padrinho da categoria, Victor Becatini Antunes, Gerente Distrital de Vendas da **Cimed**; Jane Marques Ferreira, Coordenadora Logística da **Santa Amália*** e Marcos Paulo Silva Jorge, Gerente Nacional de Vendas da **Vilma Alimentos**



GALERIA 7





Estamos de cara nova e com mais um motivo pra comemorar

TROFÉU GENTE NOSSA 2025 Categoria Massa

Agradecemos ao setor supermercadista de Minas Gerais pelo reconhecimento e também aos brasileiros que escolhem Santa Amália para suas receitas deliciosas.



TROFÉU
GENTE
NOSSA
FORNECEDOR
2025



Friboi

Friboi é
campeã do
Troféu Gente
Nossa 2025*

* Categoria Carne Vermelha



Agradecemos aos supermercadistas de Minas Gerais pelo **reconhecimento** e **confiança** em nossos produtos.

Nº 1 CATEGORIA CARNE VERMELHA



Friboi. Especialista em carnes.

www.friboi.com.br | Siga no Instagram @FriboiBrasil

CARNE VERMELHA

Da esq. p/ dir.: Valdemir Teixeira da Silva, Gerente Regional Rota MG da **BRF**; o padrinho da categoria, Pedro Lourenço de Oliveira, Presidente da rede **Supermercados BH** e Vice-Presidente da **AMIS**; Silas de Oliveira Souza, Diretor Comercial da **JBS (Friboi)** e Herivelton Guimarães Viana, Gerente Comercial Regional da **Saudali**



PRODUTO INOVAÇÃO E/OU LANÇAMENTO DO ANO

Da esq. p/ dir.: Giovanni Pereira, Gerente Comercial da **3 Corações (produto Cappuccino Lovers nos sabores Caramelo Salgado e Cookies Cream)***; o padrinho da categoria, Elir Matins de Souza, Presidente da **Rede Minipreço**; William Gladstone Ribeiro Mendes Jr., diretor da **Bauducco (produto novos sabores Speculoos, Wafer Maxi Pistache e Cookies Fini Dentaduras)** e Leonardo Cunha Carvalho, Gerente de Vendas da **Garoto (produto Chocolate Garoto com Biscoito Nestlé)**





É o reflexo
de uma história
construída
*com parceria
e confiança.*

Celebramos

nosso reconhecimento como uma das **principais empresas na categoria de Carne Vermelha – Bovina e Suína**. Este prêmio tem um significado ainda mais especial neste ano, em que comemoramos 25 anos de história.

Agradecemos à AMIS, os supermercadistas de Minas Gerais e nossos parceiros, clientes e consumidores, pela confiança em nosso trabalho e por escolherem os nossos produtos.

Temos orgulho de oferecer, há 25 anos, produtos de qualidade, com excelência e sabores que conquistam as mesas e os corações dos brasileiros.

Saudali 25^{anos}

BAZAR E UTENSÍLIOS DE LIMPEZA

Da esq. p/ dir.: O padrinho da categoria, Luís Fernando Costa, Superintendente Comercial e Marketing da rede **Verdemar**; Adilso Roberto Volpato, Gerente Nacional da **Bettanin**; André Machado Savi, Gerente Comercial da **Tramontina*** e Antônio Cândido de Mello Carvalho, Diretor Comercial da **Wyda Embalagens**



GALERIA 8



A Tramontina oferece a solução ideal para o seu negócio.

Descubra as diversas soluções e produtos disponíveis para o setor: desde utensílios de cozinha, talheres e facas até garrafas térmicas, acessórios para churrasco, porcelanas e muito mais.

Explore também nossos serviços exclusivos, como equipes de vendas especializadas em autosserviço e estratégias de trade marketing, juntamente com soluções personalizadas para o ponto de venda, adaptadas às necessidades específicas e ao perfil de cada estabelecimento.



Entre em
contato
conosco

(Divulgação Tramontina)



A liderança da Tramontina, refletida na preferência dos consumidores, fortalece os laços com o autosserviço.

1º lugar no bazar
Destaque dos Destaques



1º lugar na categoria Panelas



1º lugar na categoria Pannelas e Frigideiras



1º lugar na categoria Pannelas

Nossa gratidão e reconhecimento ao supermercadista mineiro!

TRAMONTINA

parceria para fazer bem feito



AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

PRODUTOS PARA HIGIENIZAÇÃO E SANITIZAÇÃO

Da esq. p/ dir.: O padrinho da categoria, Diego Ruas, Superintendente PJ do **Banco Inter**; Rogério Furtado Oliveira, Diretor Comercial da **UAU Ingleza**; Wanderson Ramon, Diretor de Vendas Rota Direta Norte Home Care da **Unilever** e Hélio Martins de Oliveira, Diretor Regional de Vendas da **Ypê (Química Amparo)***



GALERIA 9



Entregando cuidado,

compartilhando felicidade!

Somos LÍDERES NACIONAIS em Desinfetantes

+ Concentrados em Limpeza, com 12,6% em share, segundo a Nielsen!¹

Mais de 27 milhões de lares brasileiros escolhem UAU!¹

Estamos presentes em + 160 mil PDV's!²



Acesse o nosso site.

AGRADECEMOS A PARCERIA DOS SUPERMERCADISTAS!
Juntos, seguimos tracionando o mercado, garantindo rentabilidade nas prateleiras e surpreendendo os consumidores.

 @uauingleza





AMIS EM FOCO [TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025]

MERCEARIA DOCE

Da esq. p/ dir.: O padrinho da categoria, Roberto Gosende, Diretor do **Grupo DMA**, Vice-Presidente da AMIS e membro do Conselho Editorial da Revista GONDOLA; Tarcilene Peixoto de Melo Lima, Gerente Territorial da **Arcor/Aymoré**; William Gladstone Ribeiro Mendes Jr., Diretor Nacional da **Bauducco** e Leonardo da Cunha Carvalho, Gerente de Vendas da **Nestlé***



CERVEJA

Da esq. p/ dir.: Sérgio Coelho, Gerente Nacional de Contas da **Ambev***; o padrinho da categoria, Rono Neves, Presidente do **Mart Minas** e **Dom Atacadista** e Presidente do Conselho Superior da AMIS; Fábio Bem, Diretor Nacional de Vendas do **Grupo Petrópolis** e Marcela Aleixo, Gerente de Vendas da **Heineken Brasil**





SUA MARCA EM DESTAQUE NOS ENCONTROS MAIS EXCLUSIVOS DA SUPERMINAS!

Os eventos sociais da Superminas são **momentos estratégicos** de relacionamento com os principais nomes do varejo. Patrocine ações selecionadas e **posicione sua empresa** com quem movimenta o setor.

Patrocínio Reunião/Almoço Diretoria

Conexão direta com os principais executivos do setor supermercadista de Minas Gerais.

Patrocínio Evento Feminino

Encontro que valoriza a força e o protagonismo das mulheres no setor.

Patrocínio AMIS Jovem

Apoie a nova geração de líderes e esteja presente onde o futuro do varejo começa.

Patrocínio Jantar VIP

Momento exclusivo com grandes nomes e parceiros estratégicos do varejo.

Confira mais patrocínios e descubra novas possibilidades de **destacar sua marca.**



Marcelo Pereira
(31) 98426-6179
marcelo@amis.org.br



Renata Abreu
(31) 98419-7024
renata.abreu@amis.org.br

REALIZAÇÃO:





20 ANOS

THEGA | DML

Supermercadista,
aqui você encontra
EFICIÊNCIA E
QUALIDADE!

THEGA | DML, 20 ANOS de tradição, inovação e compromisso com seus parceiros comerciais.

Whatsapp



- (35) 3113-1073
- faleconosco@thega.com.br
- www.thega.com.br/



Bobinas Térmicas

Lisas e Personalizadas, ideais para PDVs e emissão de cupons



Etiquetas para Balanças

Diversos tamanhos para pesagem de produtos com alta precisão.



Etiquetas para Gôndolas

Organização e clareza na comunicação de preços.



Etiquetas Lacre e para Automação

Segurança e rastreabilidade em cada processo.



Ribbons

Impressão nítida e durável para etiquetas.



Discos e Bobinas para Tacógrafos

Controle e Segurança na Estrada