

Gôndola

ABRIL 2024



Troféu Gente Nossa Fornecedor 2024

Conheça os vencedores da 38ª edição do Troféu Gente Nossa Fornecedor nesta cobertura especial da Revista GÔNDOLA. Uma das principais premiações do setor no País, o Troféu simboliza o reconhecimento e a homenagem dos supermercadistas mineiros, que elegem pelo voto direto, as três empresas fornecedoras agraciadas, de 27 categorias. É o Oscar dos fornecedores do 2º maior mercado do Brasil.



e mais:

SUPERINTER DA ZONA MATA – UM EVENTO CADA VEZ MAIS FORTE

ENTREVISTA ESPECIAL – TADEU MARTINS LEITE, PRESIDENTE DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE MG

SÉRIE SOTAQUE MINEIRO – REDE SANTA HELENA CELEBRA SEUS 50 ANOS

VINHO E INVERNO: SOB MEDIDA PARA AQUECER O CAIXA

O "ARRAIÁ" 2024 PROMETE VENDAS MAIORES. NÃO SE ESQUEÇA

Start



PROMOSHOW
AZULIM





© 2024 THE COCA-COLA COMPANY © 2024 MARVEL



EDIÇÃO LIMITADA

**JUNTE SEUS
HERÓIS MARVEL**

Escaneie e Colecione





Destaque merecido

O Troféu Gente Nossa Fornecedor 2024 foi o escolhido para ser o destaque desta edição, disputando com outras importantes reportagens, pelo caráter de ampla representatividade que tem e por estar completando nada menos que 38 edições. Ele simboliza o agradecimento e o reconhecimento do supermercadista a seus fornecedores e sabemos o quão importante é para que ambos cumpram sua missão de bem servir ao consumidor. Portanto, reservamos um grande número de páginas para prestigiar a todos os agraciados. Como dizia, não foi fácil a tarefa. A cobertura da Superinter também “brigou” pela capa, assim como a entrevista que fizemos com o presidente da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Tadeu Martins Leite. Isto sem falar na reportagem da série Sotaque Mineiro que se dedicou ao aniversário de 50 anos da rede Santa Helena. Assim fomos fazendo esta edição que tem mais duas outras reportagens – uma sobre a harmonia que há entre o vinho e o inverno; e uma para lembrar a importância de todos se prepararem para a oportunidade que a tradição das Festas Juninas e Julinas nos traz. Sempre em meio a ótimos artigos e notas. Sabemos que você vai gostar desta edição. Mas se prepare para a próxima: vamos detalhar as boas notícias que o Ranking Abras trouxe para os supermercados mineiros.

Boa leitura!

Giovanni Peres
Editor



42

10

SOTAQUE MINEIRO

A rede Santa Helena comemora seus 50 anos

20

SUPERINTER DA ZONA DA MATA 2024

Em sua 2ª edição, mais um ano de sucesso

28

ENTREVISTA ESPECIAL

O presidente da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Tadeu Leite

32

VINHO

O inverno vai chegar para aquecer a adega da loja

36

JUNINAS & JULINAS

São 60 dias de “arraia” para quem se prepara

74

CAFÉ

Dia Mundial do Café: cenário positivo para o produto

80 ARTIGO VANNUCCI

82 ARTIGO JURÍDICO

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 **Revista Gôndola Conselho editorial** Epifânio Parreiras (Grupo Supernosso), 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** Thiago Freitas **Fotografia** Ignácio Costa e Freepik Stock **Designer gráfico** Sandra Fujii **Revisor** Pedro Vianna **Impressão** EGL Editores **Distribuição** EBCT **Comercial** Pedro Gosende (pedro.gosende@amis.org.br) tel.: (31) 22122 0553 **Executiva de negócios** Renata Abreu (renata.abreu@amis.org.br) tel. 31 2122 0525 **Recebimento de anúncios** Renata Abreu (renata.abreu@amis.org.br) tel. 31 2122 0525 **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)

Bem Brasil: mais vendida* por ser a mais amada, ou a mais amada por ser a mais vendida?



Com **Bem Brasil** é assim: alta qualidade e vendas lá em cima. Divertidas, saborosas e de qualidade incomparável, as opções **Bem Brasil** são sucesso garantido no freezer. **E aumento certo nas vendas.**

Entre em contato conosco e comece a colher os maiores e melhores resultados.



Bem Brasil
Alimentando bons momentos

© bembrasilfood
© batatasbembrasil

*Nielsen 2023



TRABALHO PERMANENTE



Alexandre Poni
Presidente do Conselho
Diretor da AMIS

A Associação Mineira de Supermercados (AMIS) realizou dois importantes eventos no mês de abril, que merecem toda a nossa atenção, pois representam exemplos do permanente trabalho da entidade no cumprimento de sua missão em defesa, apoio e desenvolvimento do setor supermercadista de Minas Gerais. O primeiro deles aconteceu no dia 3, em Belo Horizonte, com a cerimônia de entrega do Troféu Gente Nossa Fornecedor 2024.

Na edição anterior de GÔNDOLA, já fiz menção à relevância do Troféu, mas é com grande satisfação que volto ao assunto. Agora, escrevo após ter participado mais uma vez, in loco, da cerimônia e comprovar o prestígio do Troféu em sua 38ª edição. Estavam ali fornecedores e supermercadistas de todo o Estado, celebrando o relacionamento, a parceria e o entrosamento, cada vez mais presentes entres eles.

Sempre digo que Minas dispõe de uma imensa quantidade de lojas supermercadistas de alto nível e esse elogio vale também para nossos fornecedores, não importa o porte das empresas. É o resultado de muitos anos de trabalho de todas as empresas e o Troféu vem justamente homenagear e destacar este fato.

Pouco tempo depois, nos dias 17 e 18, a AMIS marcava sua presença no Expominas, em Juiz de Fora, com a Superinter da Zona da Mata 2024. Foi a 2ª edição do evento e mais um grande sucesso! Berço de importantes redes dos mais diferentes portes e formatos supermercadistas, a Zona da Mata teve nesses dois dias a oportunidade de relacionamentos, negócios e conhecimento que fazem a diferença para todos.

São com iniciativas como a Superinter da Zona da Mata e o Troféu Gente Nossa Fornecedor, entre muitas outras, que a AMIS segue prestando sua contribuição e se consolidando, cada vez mais, como uma das mais relevantes entidades empresariais de Minas e do Brasil. Agradeço a todos os associados e aos caros membros dos Conselhos Diretor e Superior da entidade, assim como aos Vice-Presidentes Regionais, pelo apoio permanente, que tem sido fundamental para todas estas conquistas!

Conheça a nossa **nova linha** de ovos

Eggs
Team



Aprecie também a nossa linha de **batatas, cebolas e alho.**



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

Carlos Ernesto Topal Ely

Vice-Presidente de Prevenção de Perdas e Sustentabilidade
Carrefour
CONTAGEM
(11) 2103.5606

Euler Fuad Nejm

Vice-Presidente de Relacionamento com Autoridades e Entidades de Classe
Grupo Supemosso
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

Leonardo Alvarez

Vice-Presidente de Desenvolvimento Tecnológico Bretas
RIBEIRÃO DAS NEVES
(31)2136-3421

Luiz Antônio Tonin

Vice-Presidente de Relacionamento com Fomecedores
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

Bruno Santos de Oliveira

Vice-Presidente Suplente
Supermercados BH
BELO HORIZONTE
(31) 3117.2600

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

José Luiz de Oliveira

Vice-Presidente Suplente
Roma Plus
BELO HORIZONTE
(31)3234-8829

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 Supemosso
CONTAGEM
(31) 3359.7909

CONSELHO FISCAL EFETIVO
Alexandre Machado Ramomba

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) 3214.4155

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

Allisson Vinicius Lacerda Coelho

Jácome
SJ Supermercados
CAETÉ
(31)3198-5500

Adriano Ferreira

Somar Supermercados
DIVINÓPOLIS
(37)3213-6132

Agnaldo Jair Ferreira

Supermercado Três Irmãos
GUANHÃES
(33)3421-1179

Alberto Valadares Cavalcanti

Comac
URUCUIA
(38)3634-9120

Álvaro Pereira Lage Filho

Supermercado Bahamas
JUIZ DE FORA
(32) 3249.9400

André Luiz Fialho Bitarães

Mercopaulo
VIÇOSA
(31)329-16376

André Silveira

Cereais Silveira
BARBACENA
(32) 3339.6495

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 Farnesse
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

Panélao 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
ITAPECERICA
(37) 3341.1360

Edna Lucena Neves Costa

Varejão São Geraldo
ENGENHEIRO NAVARRO
(38) 3253-1536

Eduardo José Bergo

Supermercado Bergão
SÃO JOÃO DEL REI
(32)3372-2154

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 Bôas

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 Vieirão
UBA
(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)3849.8250

José Flávio Castro

SuperBox Supermercados
CONTAGEM
3113398-5666

Kênio Queiroz Castro

Pontual Supermercados
ITUUTABA
(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
MATIPO
(31) 3873-1400

Marcene Aparecido Nunes de Miranda

Big Mais Supermercados
GOVERNADOR VALADARES
(33) 3212-7560

Marcos César Cattani

Tonin Supermercados (Luiz Tonin
Atacadista e Supermercado S/A)
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 Moraes

Supermercado Moraes
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
BAMBUI
(37) 3431.1209

Ricardo Alencar Dias

Center Pão Supermercados
MONTES CLAROS
(38) 3212.2661

Ringley José de Faria Cançado

Super Sô
PAPAGAIOS
(37) 3274.1322

Roberto Carlos Miranda

Supermercado Prado & Miranda
LAGOA DA PRATA
(37) 3261.2133

Rogério Luciano de Oliveira

Moderno Supermercados
PATOS DE MINAS
(34) 3821.0229

Rogério Tiago do Nascimento

Supermercado Esquinao
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
TEOFILO 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

Wesley Oliveira Abreu Mendes

Dona Ninha Empório e Padaria
JANAÚBA
(38)3821-1165

PRESIDÊNCIA EXECUTIVA

Antônio Claret Nametala
Presidente Executivo
(31)2122-0500



CONTATO COM A REDAÇÃO

Entre em contato com a redação de GÔNDOLA para dar sugestões, expressar sua opinião sobre reportagens publicadas, tirar dúvidas ou, se necessário, fazer críticas ou solicitar correções. Sua mensagem chegará diretamente ao editor da revista.

VIA E-MAIL: gperes@todavozeditora.com.br • POR WHATSAPP: 31 99984 1990 • POR TELEFONE: 31 3879 7422

EDIÇÃO 326

CONTA DE ENERGIA

A reportagem ficou muito boa mesmo e chegou na hora certa para a nossa empresa. A gente tem tentado algumas iniciativas para reduzir a despesas com energia, mas o resultado tem sido pequeno. Agora com mais informação, vamos voltar a lutar novamente.

Silenia Juran Ribeiro
Contagem – MG

LARISSA E LUANA

Gostei demais da entrevista com as duas gêmeas. Aos 19 anos, elas estão se preparando muito bem para a sucessão da empresa e já estão trabalhando de verdade. São exemplos de uma nova geração de mulheres e motivo de referência para todas nós.

Natasha Bueno Ortelano
São Paulo – SP

CAFÉ

Nem sempre a gente conhece bem o que vende. A reportagem sobre café trouxe muita atualização. Vamos melhorar o jeito que trabalhamos o produto em nossas lojas. Estou apresentando sugestões para a equipe.

Herberte Cruz Gomes
Uberlândia – MG

GÔNDOLA PARA VOCÊ

Em comemoração ao aniversário de 29 anos da revista GÔNDOLA, estamos oferecendo a oportunidade para que novos leitores que atuam no setor de supermercados também recebam a revista, seja na versão impressa ou na digital. Na versão digital você pode solicitar, além da revista, o envio de alertas com notícias que chegam à nossa redação entre uma edição e outra.

**SE VOCÊ QUER SER INCLUÍDO EM NOSSA LISTAGEM, ACESSE WWW.AMIS.ORG.BR.
UMA VEZ NO WEBSITE, CLIQUE NO ÍCONE REVISTA GÔNDOLA E PREENCHA O FORMULÁRIO.**

APAS 2024

Esperamos você!

**ESTANDE 401
PAVILHÃO
BRANCO I - 21**

DE 13 A 16 DE MAIO.

Expo Center Norte
São Paulo/SP



+ DE 200 PRODUTOS
distribuídos em
+ DE 10 MIL PONTOS
de vendas por todo Brasil.



**FALE AGORA
COM UM
REPRESENTANTE**



[tozzialimentos.com.br](https://www.tozzialimentos.com.br)

Meio século de **HISTÓRIA E CRESCIMENTO**

REDE SANTA HELENA, DE SETE LAGOAS, CHEGA AOS 50 ANOS DE MERCADO COM TRAJETÓRIA DE VANGUARDA, INOVAÇÃO E MUITO A COMEMORAR

Uma das primeiras lojas de hipermercado do interior de Minas e cartão de visita da rede, o Hiper Santa Helena oferece 3.300 metros quadrados de área de venda em Sete Lagoas (MG). Foi também a primeira loja em imóvel próprio da rede e representa um marco na história da empresa

Adenilson Fonseca

A reportagem foi recebida pelos quatro atuais diretores para contar uma bela história de empreendedorismo transcorrida em Sete Lagoas, a 70 quilômetros de Belo Horizonte. Os irmãos Berenice

Bastos (Diretora de Recursos Humanos), Denise Bastos (Diretora de Controladoria), Frederico Bastos (Diretor de Tecnologia da Informação e Financeiro), e Sérgio Henrique Bastos (Diretor Comercial), relataram a história dos 50 anos de



uma loja de “secos e molhados” que se tornou uma rede de supermercados que emprega mais de 900 colaboradores. Atualmente a rede possui nove unidades, oito em Sete Lagoas, uma em Jequitibá e um e-commerce. Em 2023, faturou de R\$ 275 milhões, com crescimento de dois dígitos e neste ano tem como objetivo chegar aos R\$ 300 milhões. Pertence ainda à família a Jota-Kasa, com duas lojas de material de construção na cidade.

Tudo começou em abril de 1974, quando os irmãos Joaquim Bastos e Geraldo Bastos fundaram a Mercantil Bastos Ltda, com uma loja de 500 metros quadrados e atendimento de balcão. No mesmo ano, evoluiu para o autosserviço de supermercado. Em 1977, o empreendimento recebe o nome de supermercados Santa Helena, uma homenagem ao monumento natural no entorno da cidade, a serra de mesmo nome.

Com as idas e voltas de mudanças de imóveis no Centro, e com a visão de empreendedorismo de Joaquim Bastos, a empresa vislumbrou a construção de uma loja maior. O local escolhido era distante do Centro, com ruas sem pavimentação, mas, ali foi aberta a loja de 1.750 m² em junho de 1982, na rua Olavo Bilac, bairro Canaã, sob enorme desconfiança. “Era comum os comentários como: ‘Joaquim é doido? Uma loja daquele tamanho, para que um terreno tão grande’”, recorda Sérgio. “Ele foi um visionário”.

Hoje, é o Hipermercado Santa Helena, o primeiro da cidade, com 3,3 mil metros quadrados, grande estacionamento, restaurante, cafeteria e amplo mix em todas as seções. “Para a época, no interior, era uma loja muito além do seu tempo” disse o Sérgio.

A rede Santa Helena atende a todos os perfis de clientes com lojas tradicionais de vizinhança, hipermercado e destacando algumas unidades com o perfil gourmet. O sortimento médio é de 16 mil itens das marcas tradicionais do mercado e importadas. A empresa não tem marca própria, espaço que começa a ser preenchido com os produtos **PORTI**, marca exclusiva da rede Hipervalor,



No alto da página, da esq. p/ dir., os irmãos Berenice Bastos (Diretora de RH), Denise Bastos (Diretora de Controladoria), Frederico Bastos (Diretor de TI e Financeiro) e Sérgio Henrique Bastos (Diretor Comercial); acima, foto de arquivo das obras do Hiper Santa Helena e área de padaria de uma das lojas da rede



central de negócios, da qual a Santa Helena é associada e uma das idealizadoras.

A empresa mantém uma central na Ceasaminas, em Contagem, para compra de hortifruti-granjeiros com entrega diária nas lojas. Devido às estratégias de logística e à proximidade da Ceasa, muitos produtos chegam à mesa do consumidor no mesmo dia em que sai do campo.

SOLUÇÕES AO CLIENTE

Atendendo a demanda atual dos clientes que procuram comodidade e praticidade, o Santa Helena investe em seus restaurantes, rotisseria (comida pronta), choperia, pizzaria, sushi e cafeteria. Às vezes, a pessoa não tem tempo para almoçar no restaurante e compra a comida embalada para levar para sua casa”, explica Denise.

O departamento de produção própria, exceto padaria/confeitaria representa acima de 5% do faturamento da rede com grande potencial de crescimento. “Disponibilizamos também para as lojas de bairro e tem ótima aceitação. Estamos atrás da demanda, a possibilidade de crescer é muito grande”, afirma Sérgio.

Essa é uma área em que a empresa tem investido atualmente. Na própria loja do Hiper Santa Helena, o restaurante já passou por ampliações e modernização, e outras lojas da rede também estão tendo ou terão restaurantes inaugurados ou ampliados.

E-COMMERCE

Um dos pioneiros no e-commerce em supermercados, a rede Santa Helena tem nesse canal faturamento equivalente ao de uma loja física média da rede. A atuação no online começou quando a internet ainda era discada. “A pessoa inseria um CD-ROM no computador, ia clicando nos produtos e colocando no carrinho”, conta Sérgio.

Os atuais proprietários detêm o canal desde 2009, mas os antigos donos, também da família Bastos, já operavam o serviço havia uns 10 anos. Ou seja, foi criado no fim dos anos 1990, década de criação da internet comercial no Brasil. Um



No alto da página, visitantes durante a inauguração, em dezembro de 2023, do CD da rede Santa Helena; acima, da esq. p/ dir., Pedro Barboza, Supervisor de Logística da rede e Renato Santos, Gerente de Operações



Comemoramos de coração os 50 anos da Rede Santa Helena de Sete Lagoas
O Grupo *3corações* parabeniza a rede pelo aniversário e agradece pela parceria.



**santa
helena**
Aqui você já é de casa!



tres

Frisco

Fino
Grão

FORT



Café
Toko

Café
Brasileiro

♥ 3CORACOES.COM.BR

📷 3CORACOES

f /GRUPO3CORACOES

Abaixo, vista parcial da área de comida pronta para consumo da loja Hiper Santa Helena e fachada de loja da rede no shopping center em Sete Lagoas

canal que seria relevante para a sociedade tempos mais tarde. “Durante a pandemia, a demanda multiplicou por 10, especialmente em meados de 2020”, conta Frederico. “Havia pedidos para entrega até 12 dias à frente”, ilustra.

PRÁTICAS ESG

Com o programa “Santa Helena De bem com a Vida”, subdividido nos pilares “De bem com o bolso”; “De Bem com a Saúde”; “De Bem com a Educação” e o “De Bem com o Lazer”, a empresa aborda e cuida de todas as áreas da vida do colaborador. Com ações nos respectivos pilares, a empresa oferece ao colaborador condições de pagamento diferenciadas em comércios, postos de combustível, etc; e cuidados com as saúdes em clínicas; além do desenvolvimento interno e parcerias em prol da educação do colaborador.

A diretora de RH Berenice Bastos é psicóloga e tem na equipe outra profissional da área e dois estudantes, o que propicia atendimento individualizado ao colaborador com alguma necessidade de acompanhamento e outras demandas identificadas pelos gerentes ou no canal oficial de comunicação com o funcionário. É o Canal de Éti-



Gestão Engenharia parabeniza a toda Diretoria do Santa Helena Supermercados pelos **50 anos** sempre inovando para conforto de seus clientes e colaboradores. **"AQUI VOCÊ JÁ É DE CASA."**



Hiper Santa Helena - MG



Hiper Santa Helena - MG



Hiper Santa Helena - MG



Temos a solução sustentável para acabar com vazamentos no seu telhado e diminuir a temperatura interna do seu supermercado.

1

RECUPERAÇÃO DO TELHADO

sem a necessidade da troca. Menos descarte de material nos aterros.

2

QUALIDADE E INOVAÇÃO

Nossos produtos são de alta qualidade e tecnologia inovadora, feitos com materiais não tóxicos e que preservam o meio ambiente.

3

SUSTENTABILIDADE

O uso do telhado branco ajuda a preservar a natureza, impedindo que toneladas de CO₂ sejam emitidas ao meio ambiente.



www.gestaoeng.com

 **31 99115-5275**

comercial@gestaoeng.com

ca, contato direto com a direção de RH. “Não é um canal de denúncia, mas de um pedido de socorro particular, uma reclamação, uma sugestão”, ilustra Berenice. “Nós queremos que o funcionário cresça aqui dentro e ele tem espaço para isso”.

Atenta às práticas ESG, a empresa mantém os cuidados de reaproveitamento de material com envio diários para a reciclagem. Na parte social, contribui para bancos de alimentos da cidade, Mesa Brasil e para o Associação de Proteção e Assistência aos Condenados (APAC). A empresa apoia ainda projetos sociais ligados ao esporte.

SUCESSÃO

“Nós fomos criados aqui dentro.” Essa frase de Denise resume como foi o processo de sucessão, com um privilégio de receber diretamente da fonte os conhecimentos de um grande conhecedor

do varejo supermercadista, Joaquim Bastos “Ele fazia de tudo na loja, ele comprava, vendia, dirigia o caminhão para buscar mercadorias, era o financeiro, contabilidade, tudo”, contam os irmãos, com um complementando a fala do outro, sobre o início da empresa.

“Tivemos a oportunidade da presença do fundador, o nosso pai, de nos ensinar e nos fazer gostar disso aqui desde novos, trazendo os filhos cada um no seu departamento e à medida que ele foi adquirindo confiança, nos foi dado autonomia e assim fomos assumindo importantes atribuições na empresa. Está no sangue” reforça Sérgio. “Na ausência dele, a gente deu seqüência sem dificuldades, com inovações, mudanças, evoluções, muitas delas com ele em vida e atuante”.

Todos os filhos entraram como funcionários, depois passaram a sócios, mas tudo sob os olhares exigentes e vigilantes de Joaquim Bastos.

Em imagem de arquivo, produzida ainda no período da pandemia, a beleza da área de FLVO, da rede Santa Helena





“Meu pai ficava repondo leite, mas na verdade era só para ficar no chão de loja observando, ouvindo o cliente” disse Frederico. “Ele ficava também na prensa de papelão para evitar o desperdício” reforça Berenice. Essas idas ao chão da loja não raramente vinham acompanhadas de uma bronca por algo que não estivesse de acordo com suas exigências.

Outro legado do fundador é o apreço por honrar os compromissos sempre em dia.

FUTURO

Como estará o Santa Helena daqui a 50 anos? É claro que os diretores não têm uma resposta, mas trabalham para manter a empresa saneada e em crescimento contínuo. “O primeiro ponto é continuar dando sustentabilidade aos nossos padrões de atendimento, de cuidado com clientes. Não perder isso já é um desafio” afirma Sérgio. “Mas o nosso radar está sempre ligado para acompanhar as oportunidades”, revela Denise.

Uma certeza é que a empresa não pretende investir em atacarejo. “Chegamos a pensar sim, mas entendemos que poderia desviar o nosso foco. A empresa não tem um atacarejo, mas possui um canal de vendas assistidas, que é venda por

Conforto e amplo sortimento nas adegas da rede Santa Helena



Cronologia do crescimento

- **1974:** é criada a primeira loja da empresa, no Centro de Sete Lagoas (imagem acima)
- **1977:** a loja é transferida para a rua Senhor dos Passos, no centro. A empresa recebe o nome de Santa Helena
- **1982:** inauguração da primeira loja em terreno próprio, na rua Olavo Bilac
- **1984:** entrada dos irmãos Carlos e Antônio Bastos e incorporação de duas lojas à sociedade
- **1988:** separação da sociedade, com a saída de Carlos Reis Bastos
- **1991:** a empresa volta a ter apenas uma loja, a da rua Olavo Bilac
- **1997:** transformação do supermercado Santa Helena em Hipermercado
- **1999:** inauguração do Santa Helena Plus, no centro
- **2005:** inauguração da loja Santa Helena Primavera, no bairro Primavera
- **2009:** inauguração do Santa Helena Mix
- **2009:** aquisição do e-commerce Santa Helena Home Shop
- **2010:** inauguração do Santa Helena Shopping e do Santa Helena do bairro Manoa
- **2015:** inauguração Santa Helena Boa Vista
- **2017:** inauguração Santa Helena Progresso
- **2019:** inauguração da loja em Jequitibá
- **2023:** inauguração do CD
- **2024:** comemorações dos 50 anos da empresa

telefone, pelo whatsapp, que já atende o público do atacarejo”, revela Frederico. São hotéis, escolas, clubes, hospitais, siderúrgicas, enfim,” complementa Sérgio.

Aliado à tradição e o nome da companhia, o slogan **“Aqui você já é de casa”**, é uma permissão para o consumidor se sentir em casa. Essa proximidade deu força ao programa de fidelidade, já com 23 anos e 90 mil clientes cadastrados

CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO

A mais nova jóia da empresa é o centro de distribuição (CD) inaugurado em dezembro de 2023, no bairro Jardim Primavera. São 9,5mil m² de área construída e mais de 4,5mil m² para armazenagem, capacidade para 8.000 endereços (picking

e aéreo) e câmaras de congelados e resfriados. São 14 docas com plataformas hidráulicas e capacidade para receber 25 veículos diariamente e expedir 2,5 milhões de unidades por mês, oferece a possibilidade de dobrar a capacidade para 18 unidades de negócio.

“Este novo CD significa para o Santa Helena a busca por performance, produção, tecnologias e capacidade de expansão sem se preocupar com logística”, conta o gerente Geral de Operações da empresa, Renato Santos. “A ideia principal é colocar inteligência na logística programando para a expansão”, resume. Outro diferencial é a área administrativa, com mais de 2 mil metros quadrados, e uma sala de treinamento e desenvolvimento profissional.

A homenagem dos parceiros fornecedores no aniversário da rede Santa Helena





COMEMORAÇÕES DOS 50 ANOS

Como parte das comemorações dos 50 anos, a empresa realizou um festival de músicas na área externa do shopping de Sete Lagoas com bandas nacionais renomadas, presença de parceiros fornecedores e demais convidados. A empresa realizou também sorteio de carro e

outros diversos prêmios, além de promoções diárias nas lojas. Também fez parte das festividades a renovação da marca. "Mais do que uma mudança estética, representa nossa evolução e compromisso com a inovação", disse Sérgio na época do lançamento da logomarca em dezembro de 2023. 🛒

O entusiasmo brilha no rosto da equipe da loja da rede Santa Helena, em Jequitibá, a única implantada fora do município de Sete Lagoas

Presente há **50 anos** nas casas de Sete Lagoas e região.



Parabéns
Supermercados
Santa Helena

aqui, você
também já
é de casa.

100%
QUALIDADE
MINEIRA

Gellak

Superinter da Zona da MATA, MAIOR E MELHOR

EM SUA SEGUNDA EDIÇÃO, EVENTO MOSTRA CRESCIMENTO E POTENCIAL DE SE TORNAR CADA VEZ MAIOR NOS PRÓXIMOS ANOS

Adenilson Fonseca

A Superinter da Zona da Mata 2024, realizada em Juiz de Fora, recebeu supermercadistas e fornecedores de 91 municípios e contou com movimentada Feira de Negócios, entre várias outras atrações

Realizada nos dias 17 e 18 de abril, no Expominas, em Juiz de Fora, a Superinter da Zona da Mata reuniu 2.181 participantes principalmente supermercadistas e fornecedores, de 91 municípios. A Superinter é organizada pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS) e teve patrocí-

nio institucional da Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais (Codemge) e parceria da Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (Sede-MG); Sebrae-MG, Associação Comercial e Empresarial de Juiz de Fora (ACEJF); Sindicato do Comércio de Juiz de Fora (Sindicómércio-JF) e do Sindicato das In-





dústrias de Panificação e Confeitaria de Juiz de Fora (Sindipan-JF).

O primeiro dia começou com a reunião de lideranças, pela manhã, em um hotel, para tratar dos temas que envolvem o setor. Supermercadistas de toda a região compareceram à reunião, que contou ainda com apresentação de patrocinadores. Na oportunidade, o Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala, apresentou os números do setor, ressaltando a relevância do segmento em Minas Gerais.

Ao final da reunião, ele entregou à vice-presidente Regional da AMIS, em Ubá, Izabel Vieira, o certificado de posse ao cargo. Ela já respondia pelo posto, mas ainda não havia sido empossada oficialmente.

ABERTURA

No início da tarde, no Expominas, a primeira palestra foi apresentada por Evandro Júnior, profissional do varejo supermercadista com atuação como *head* marketing e e-commerce.

Logo em seguida, ocorreu a abertura oficial do evento com participação de diretores da AMIS, lideranças supermercadistas, autoridades e representantes das entidades parceiras.

O primeiro a discursar foi o vice-presidente Regional da AMIS em Juiz de Fora, Álvaro Pereira

Acima, auditório em uma das muitas palestras oferecidas no evento; ao lado, autoridades na cerimônia de abertura; movimentação na Feira de Negócios e palco do Talk Show





No alto da página, o intenso movimento do público nos corredores da Feira de Negócios da Superinter da Zona da Mata 2024; acima, o Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala (ao microfone), na Reunião de Lideranças realizada no 1º dia do evento

Lage Filho, como anfitrião. “É um momento histórico trazer a Superinter para este espaço”, disse, sobre o Expominas.

O Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala, ressaltou a relevância da cidade e da região, da economia e o porte do varejo supermercadista da Zona da Mata. “Nós temos uma alegria muito grande de dizer que das seis maiores redes mineiras, uma é daqui de Juiz de Fora”, disse. Com agradecimentos aos parceiros, patrocinadores, expositores e todos os presentes, desejou “uma Superinter abençoada” aos participantes. “Esse evento é feito para vocês”.

A prefeita de Juiz de Fora, Margarida Salomão, ressaltou a importância da Superinter. “Não tenho dúvidas de que este evento que vocês fazem, com o propósito de trocar experiências e de conhecimento, será um grande sucesso”.

O analista de negócios do Sebrae Zona da Mata e Vertentes, Gustavo de Freitas Magalhães,

destacou a ação de empreendedorismo, inovação e negócios. “Nesta edição da Superinter, temos a honra de realizar a rodada de negócios. Não é mais uma feira, é um espaço de sonhos, de conexões e transformações” disse ele.

O Superintendente de Micro e Pequenas Empresas da Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais, Marco Antônio Gaspar, também falou do trabalho feito por meio do CMON na região. “A Zona da Mata foi a segunda mais promissora para o CMON, só perdeu para a Superminas”, informou.

Também prestigiaram a abertura da Superinter no palco: o presidente da ACEJF, Aloísio José de Vasconcelos Barbosa; o vice-presidente do Sindicato-mércio-JF, Nício Fortes; o presidente do Sindipan, Heveraldo Lima de Castro, e os vice-presidentes Regionais da AMIS: André Bitarães (Viçosa); Cláudio Caetano (Santos Dumont); Izabel Vieira (Ubá) Márcio Luiz Lana (Conselheiro Lafaiete); Mário Morais (Cataguases) e Rogério Nascimento (Tiradentes).

TALK SHOW

Na sequência, foi iniciado o *talk show*, com o tema “A Experiência do Cliente”, que é o tema central da AMIS em 2024. Os debatedores foram os empresários, Cláudio Caetano, diretor do supermercado Rei do Arroz, de Santos Dumont; Flávio Luiz Lana, do Supermercado Brasil, de Conselheiro Lafaiete, e Marco Antônio Fernandes, do Pais e Filhos Supermercados, de Juiz de Fora. O Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala, foi o moderador.

No segundo dia do evento, as atrações no auditório foram com a psicóloga e especialista em liderança, Kiria Gouveia, que falou sobre como adequar o atendimento ao perfil do cliente. A segunda palestra, que fechou a grade de apresentações, foi com o ex ginasta Diego Hypólito. Ele falou sobre “Motivação e superação, disciplina para o sucesso”.

AValiação

“Sucesso total”, essa foi a avaliação do vice-presidente Regional da AMIS em Juiz de Fora, Ál-



Novidades com o autêntico gostinho de Minas!

Nova embalagem!



A família Sabor da Serra cresceu e trouxe novidades cheias de sabor: Cream Cheese bisnaga 1,2Kg e pote 150g e nova embalagem abre e fecha do Queijo Coalho.

Experimente!

Conheça a linha completa de produtos!



 sabordaserramg.com.br

  [sabordaserramg](https://www.instagram.com/sabordaserramg)

Entre em contato com nosso time comercial: (32) 99128-7505



Da esq p/ dir, Marco Antônio Gaspar, Superintendente de Micro e Pequenas Empresas da Sec. de Desenvolvimento de Minas Gerais (SEDE); Álvaro Lage, Vice-Presidente Regional da AMIS em Juiz de Fora; Margarida Salomão, Prefeita de Juiz de Fora; Claret Nametala, Presidente Executivo da AMIS; Eneila de Lioioli, Diretora de Promoção ao Pequeno Negócio e Empreendedorismo da SEDE e Ana Carolina Democler, Assessora da SEDE



Supermercadistas e pequenos fornecedores se encontram no Circuito Mineiro de Oportunidades de Negócios (CMON); abaixo, Izabel Cristina Vieira Guimarães, Vice-Presidente Regional da AMIS em Ubá, recebe seu certificado das mãos do Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala



varo Pereira Lage, ao fazer um balanço do que foi o evento. “A Superinter a cada ano vem superando as expectativas, com fornecedores de produtos diversos, de serviços, relacionamento e muitos negócios fechados. A feira é para isso. Estou extremamente satisfeito e com uma expectativa muito grande para o próximo ano. O Expominas nos dá essa permissão de crescer sempre mais”, projeta.

“Foi um evento muito bom”, opina o gestor da rede Minipreço Elir Martins. “Estivemos aqui para encontrar nossos associados, para esse relacionamento. Como a maior rede em número de lojas, o importante é estarmos presente junto aos nossos parceiros comerciais e isso foi possível”, afirma.

“A Superinter é uma feira que está crescendo cada ano mais” avalia o sócio fundador do Grupo Bahamas, Paulo Roberto Lopes. “Agora veio para um espaço maior e com muitos fornecedores não só de Juiz de Fora, mas de toda a região”, completa.

CMON

“O objetivo do governo é fazer o link entre pequenos fabricantes e os supermercadistas. A ideia é que cada supermercado tenha uma gôndola com produtos locais e regionais e enriqueça



Central de Negócios

São 20 anos investindo em pessoas, tecnologia e relacionamento. Uma Central de Negócios totalmente focada em estratégias para o desenvolvimento do seu supermercado.

Ranqueada como a segunda maior Central de Negócios de Minas Gerais e a décima primeira do Brasil.

(Revista SuperHiper Panorama ABRAS, Ano50, nº565)

Mais de 1,5 bilhão de reais negociados em 2023 fortalecendo a economia das regiões mineiras de Belo Horizonte e Metropolitana, Zona da Mata, Vale do Rio Doce, Leste, Campo das Vertentes e Norte de Minas Gerais.

Mais de 200 lojas com aproximadamente 4.500 colaboradores e mais de 104.000 m2 de área de vendas mostram o grande poder de negociação da Rede Minipreço de Supermercado.



Conheça os nossos diferenciais:

Na Rede Minipreço você não tem taxa de adesão e nem integralização de capital.

Sistema logístico de compras e acompanhamento até a entrega das mercadorias na sua loja.

Mix padronizado de produtos e as marcas consagradas pelo consumidor.

Encarte personalizado com o nome da sua loja.

Taxas de captura de cartão de crédito.

Cartão Fidelidade

Rede Minipreço de Supermercados

Facilidade, Segurança, economia e crescimento.

Fale conosco e faça parte deste time vencedor.

 31 99701 - 5939

 Av. Maria de Paula Sant'ana, 4451, Loja 4
Silvestre, Viçosa-MG, Cep: 36576-340

 Rua Izabel Bueno, 891, Sala 302, Indaiá
Belo Horizonte-MG, CEP: 31270-065



Diretor Fundador
Elir Martins



Maurício Almada, Diretor do Grupo Bahamas e o Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala



O Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala e Paulo Crapina, Diretor de Relações Institucionais da GS1



O Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala; o Diretor Comercial da Saudali, Adriano Pacheco e sua esposa, Fátima Carvalho



Gustavo Percope, diretor da Gestão Engenharia e Claret Nametala, Presidente Executivo da AMIS

o mix de produtos e essa empresa seja reconhecida também, como um braço social que está ajudando aquele pequeno produtor”, analisa Gaspar, da Sede-MG, sobre o papel do Circuito Mineiro de Oportunidade e Negócios, o CMON, em mais um evento organizado pela AMIS.

Um desses produtos locais é a Noo Pote, de Juiz de Fora, que apresentou no evento e na rodada de negócios cinco sabores de risoto: shitake; tomate seco; damasco com nozes; pera com castanha e arroz negro com shitake, e a linha de doces: brownie com nozes; brownie de chocolate branco com *cranberry* e amêndoa e o cupcake de chocolate.

A diretora Cíntia Ávila conta como o CMON vem sendo importante para a marca. “Assumi tem um ano, reformulei a marca, as embalagens, atualizei os rótulos de acordo com a legislação vigente. Com a feira do ano passado, eu consegui entender a demanda do supermercado e melhorar a apresentação do produto”, conta. No evento deste ano, ela disse que pôde ampliar a divulgação e fazer mais contatos. “Eu conversei com bastante pessoas, com pontos de venda inclusive supermercados”, informa.

Celso Vieira, produtor do café especial Flô, em Heliodora, no Sul do estado, foi outro expositor no CMON. “Esse evento é muito importante para nós, para apresentar nosso produto, conhecer mais clientes. Fizemos muitos contatos com supermercados, cafeterias, hotéis, inclusive, conversamos com redes de supermercados que atendem um consumidor com um poder aquisitivo um pouquinho maior. Este é o mercado que nós estamos procurando”, disse ele ressaltando o papel da AMIS, Sebrae e da Sede-MG na realização.

O CMON é um projeto de promoção de acesso de empreendedores a mercados, que visa aproximar e inserir os pequenos negócios como fornecedores do setor supermercadista e do varejo em geral. Neste ano, mais uma novidade foi a rodada de negócios no CMON, coordenada pelo Sebrae.



VISITA TÉCNICA

Na programação da Superinter, houve uma visita técnica ao novo centro de distribuição (CD) da Chuá Distribuidora, inaugurado em Juiz de Fora. O empreendimento foi apresentado aos clientes, fornecedores e demais parceiros comerciais durante um coquetel de boas-vindas nas instalações da empresa, no dia 18. Localizado nas margens da BR 040, o novo CD tem 7 mil metros quadrados de área e capacidade de aproximadamente de 50 toneladas de armazenamento. Com unidades em Juiz de Fora e Governador Valadares, em Minas Gerais, e Serra (ES), a Chuá atende a 496 municípios, dos quais, 412 em Minas Gerais.

SOCIAL

Durante a Superinter, a AMIS desenvolveu uma campanha beneficente de arrecadação de alimentos junto às pessoas participantes e expositores. Foram recolhidos 400 quilos de produtos diversos e entregues à Associação Beneficente Cultural Amigos do Noivo (ABAN), entidade, previamente selecionada e que tem por objetivo o enfrentamento da pobreza. A ação faz parte do programa Vida, que coordena a atuação social da AMIS.

LISTA DE EXPOSITORES/PATROCINADORES

Centro Médico Gorgulho; Certacon; Chuá Distribuidora; Condimentos Portuense; Damper; D'Casa Distribuidora; Delícias do Trigo; Digimaq; Diviníssimo; Erley Confecções; Forno de Minas; Ges-



tão Engenharia; GS1 Brasil; HF Pisos; Igarapé; Inovar Solar; J&T Cartuchos; L&E Consultoria Alimentar; Laticínios Sabor da Serra; Linear Sistemas; Mais Amor Alimentos; Marquespan; Mart Minas; Master Gourmet; Pescados Bem Fresco; Produtos Anchieta; Prosegur; Qualiseg Brasil; Rede Minipreço; Saudali; Sisqual; Sol e Neve; Suco Prats; Tio Paco; Tozzi; Trigo Arte; TV Integração; Viva Broker Serviços

LISTA DE EXPOSITORES CMON

Café e Fló; Cachaça Torrão; Casa do Doce de Canudo; Condimentos Portuense; Duduxo Alimentos; Laticínios Lactoni; Lila Maria Uniformes Profissionais; Linguçaria Soberana; Noopote; Paladar de Minas; Produtos Damorena; Sabor das Vertentes; Saboree; Saga Cafés; Sítio Serra Verde; Sítio Urucum Cordeiro; Vegusta Alimentação; Villa Emília; Vitalina Cereais. 🛒

No alto da página, da esq. p/ dir., Marco Antônio Gaspar, Superintendente de Micro e Pequenas Empresas da Sec. de Desenvolvimento de Minas (SEDE), Cíntia Ávila, diretora da pequena empresa Noo Pote; o Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala e Eneila Loiola, Diretora de Promoção ao Pequeno Negócio e Empreendedorismo da SEDE; as doações recebidas durante a Superinter foram entregues à Associação Beneficente Cultural Amigos do Noivo (ABAN)

JUVENTUDE E DIÁLOGO na ALMG

Aos 24 anos, Tadeu Martins Leite, muito conhecido por seu apelido, “Tadeuzinho”, se tornou o deputado estadual mais jovem eleito para um mandato na Assembleia Legislativa de Minas Gerais (ALMG), em 2010, e seguiu sendo o mais novo do Estado até a eleição seguinte, em 2014. Em 2023, já no início de seu quarto mandato consecutivo, foi eleito por seus colegas parlamentares para a Presidência da Assembleia (biênio 2023/2024), tornando-se o mais jovem a exercer esse cargo. Reconhecido por sua capacidade de diálogo, que é base para a união de forças, tem contribuído para o encaminhamento de soluções de questões complexas, como a referente à renegociação da dívida de Minas junto ao Governo Federal, ainda em discussão. E outras, já consolidadas, como a que em 2023 permitiu a liberação de R\$ 7 bilhões às prefeituras mineiras, para investimento em saúde. A ALMG tem atuado ativamente também na área de proteção às mulheres, com várias legislações de proteção contra os crimes e a violência de gênero. GÔNDOLA teve a oportunidade de conversar com o presidente da ALMG e trazemos para você um resumo.

Giovanni Peres



O presidente da ALMG, Tadeu Leite, o Tadeuzinho, participando de reunião de uma das várias Comissões da instituição e, na página ao lado, em contato direto com eleitora no Norte de Minas

GÔNDOLA – Qual o papel da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (ALMG)?

Tadeu Martins Leite (Tadeuzinho) – Sempre digo que temos, aqui na Assembleia, um papel importantíssimo para garantir o funcionamento do estado e que os serviços e ações cheguem a quem precisa, dividido em três funções. A mais conhecida é legislar, claro, a produção de leis que tragam direitos e garantias, definam limites e diretrizes de políticas públicas e versem sobre as mais diversas áreas, como saúde, educação e segurança. Mas o Legislativo tem outra função essencial, que é representar, fazendo com que os recursos cheguem aos locais e atendam aos que mais precisam; e fiscalizar, não só a execução de políticas públicas, mas a efetividade na destinação desses recursos e o cumprimento dos planos e ações governamentais, tendo sempre como foco o maior interessado, que é o cidadão.

GÔNDOLA – A ALMG está realizando várias ações de destaque. O sr. poderia fazer um balanço geral de como foi o trabalho da ALMG em 2023?

Tadeuzinho – Tivemos uma atuação muito importante, não só do ponto de vista de produção legislativa, com mais de 300 proposições votadas até agora, mas também com grandes temas. Eu destacaria o debate, que se tornou nacional, em busca de uma solução para a dívida de Minas Gerais com a União, que foi levantado nesta Casa a partir da chegada de uma proposta de plano de recuperação fiscal que somente adiaría o problema e aumentaria o débito. O posicionamento da ALMG, junto com o presidente do Congresso, Rodrigo Pacheco, levou o governo federal a apresentar uma alternativa para a renegociação. Na área da Saúde, fomos responsáveis pela construção coletiva de uma lei que levou à liberação de R\$ 7 bilhões às prefeituras, para investimento em saúde. Atuamos fortemente também na área de proteção às mulheres, com várias legislações de proteção contra os crimes e a violência que elas infelizmente ainda enfrentam em nosso estado.



GÔNDOLA – E para 2024, quais os principais desafios? Por exemplo: as eleições municipais geralmente afetam o calendário e a dinâmica não só das assembleias legislativas, como também do Congresso Nacional.

Tadeuzinho – Para este ano nosso principal desafio, no qual estamos empenhando todos os esforços, é conseguir, coletivamente, com muito diálogo, chegar a uma solução para a dívida de Minas Gerais com a União, que vem sufocando o nosso estado e de certa forma travando avanços e investimentos. Estamos totalmente voltados a isso neste primeiro semestre, mas claro que sem deixar de nos dedicar a agendas importantes para o nosso estado, como a crise climática, para



a qual estamos promovendo um grande seminário em busca de respostas e novas perspectivas para a convivência com a seca e as chuvas extremas em nosso estado, que trazem prejuízos para todos, inclusive no setor de produção. Para se ter uma ideia, os custos dos impactos das mudanças climáticas para a economia estadual nas próximas décadas, até 2050, podem alcançar R\$ 450 bilhões, sem contar os eventos extremos. Seguiremos trabalhando com foco na Assembleia e, em especial, com essa missão importante que me foi confiada pelos colegas de presidir a Casa, pautando os projetos que forem importantes para a sociedade, sempre com muito diálogo, ouvindo todas as partes e buscando consenso. Claro que devo acompanhar meu partido nas discussões em todo o estado, seguir as orientações, mas no primeiro momento não estou me envolvendo nessas questões partidárias. Minha prioridade é o Legislativo.

GÔNDOLA – O que o sr. pode destacar no trabalho já iniciado em 2023 e ainda previsto para 2024 em ações que possam impactar positivamente o setor supermercadista mineiro?

Tadeuzinho – Primeiramente, é importante destacar que se trata de um serviço considerado essencial, reconhecidamente resiliente aos períodos de crise econômica. Está presente no cotidiano de todos nós. O ramo supermercadista é dinâmico, com constantes inovações e adaptações às demandas dos consumidores. Está na base dos indicadores macroeconômicos e é, ainda, indutor do desenvolvimento econômico, gerando emprego e renda. Por isso, fomentar e apoiar esta atividade são temas prioritários na Assembleia Legislativa. Dentre as diversas pautas discutidas na Casa, destaco a alteração na Lei Estadual 22549, aprovada em dezembro de 2023, que criou o Plano de Regularização de Créditos Tributários. A norma promove redução de juros e oferece parcelamento para pagamento de dívidas com o Estado. O setor supermercadista so-

freu impactos com recentes crises econômicas, e por isso o Parlamento teve a sensibilidade de compreender a necessidade de atender a esta demanda.

GÔNDOLA – Queremos que nossos leitores conheçam ainda mais o presidente da ALMG. Como o sr. define o presidente mais jovem da ALMG?

Tadeuzinho – Tive contato com a política desde muito novo. Sempre gostei de acompanhar as reuniões, as discussões e fui criando gosto por dar os meus pitacos. Aprendi que a política é um caminho para ajudar as pessoas e é o que procuro fazer com meu trabalho. Sempre gostei de enfrentar desafios e conto com os amigos para vencê-los. Acredito que é por meio da conversa, do diálogo e da união de forças que podemos encontrar o melhor caminho, e é desta forma que pretendo seguir, seja à frente do Parlamento Mineiro ou nas situações do dia a dia.

GÔNDOLA – O sr. poderia nos contar um pouco de seu início na política e os passos que seguiu até os dias de hoje?

Tadeuzinho – Fui eleito deputado estadual pela primeira vez em 2010, à época me tornando o parlamentar mais jovem na Assembleia, onde trabalho desde então pelo nosso estado para levar soluções e recursos para os que mais precisam, sobretudo no Norte de Minas. Também fui o secretário de estado mais jovem, na pasta de Desenvolvimento Regional, Política Urbana e Gestão Metropolitana, onde coordenei uma força-tarefa para avaliar os efeitos da tragédia de Mariana e reativei o processo de regularização fundiária urbana no Estado. Graças a todo esse trabalho e ao grande diálogo com todos, os outros 76 deputados estaduais me confiaram a missão de ser presidente da Assembleia, onde tenho me empenhado na construção de soluções para as questões do estado, primando pelo diálogo e a harmonia entre os poderes.



GÔNDOLA – Ainda uma pergunta de cunho pessoal. Algum hobby, atividades de sua preferência? Tem conseguido conciliar o trabalho à frente da ALMG com atividades de lazer?

Tadeuzinho – No meu tempo livre, procuro sempre estar com minha filha, buscá-la na escola, ir ao cinema ou mesmo assistir um filme na TV, comendo pipoca. Também gosto de viajar com a família, ler um bom livro e praticar esportes. Quem me conhece sabe que não perco a oportunidade de fazer a minha corrida, de andar de bicicleta ou de malhar um pouco. Até quando estou viajando, a trabalho ou a passeio, sempre que posso arrumo um tempinho para me exercitar, fazer uma trilha com os amigos, estar em contato com a natureza, para aliviar o *stress* e arejar a cabeça. 🛒

No alto, Tadeu Leite comemorando o resultado da votação que o elegeu Presidente da ALMG no ano passado e, acima, dirigindo uma das muitas sessões do Plenário da ALMG; na página ao lado, concedendo entrevista coletiva; participando de debate sobre a crise climática, promovido pela ALMG; e praticando um de seus hobbies, a corrida

VINHO E INVERNO: combinação perfeita

QUE O BRASILEIRO TOMOU GOSTO PELOS VINHOS, ISSO JÁ FICOU CLARO;
E O INVERNO É UM DOS PERÍODOS IDEAIS PARA EXPERIMENTAR AINDA MAIS
O QUE ESTA CATEGORIA TEM A OFERECER



Dayane Lima

O consumo de vinhos tem experimentado um notável crescimento entre os brasileiros, impulsionado pela ampliação da oferta de marcas nacionais e estrangeiras de qualidade, a preços acessíveis. Pode-se dizer que o brasileiro nunca consumiu tanto vinho como no último ano de pandemia. Em média, foram consumidos 2,78 litros de vinho *per capita*, o que representa um aumento de mais de 30% em relação a 2019. E esse hábito persistiu.

O estudo, realizado pela plataforma Cupom Válido, que reuniu dados de Statista, Euromonitor e Nielsen, sobre o consumo de vinho no Brasil e no mundo, mostrou que, do total de 83 milhões de consumidores de vinho no Brasil, 46% tomam vinho pelo menos uma vez por semana, e 53% pelo menos uma vez por mês. O vinho tinto é o preferido dos brasileiros, com 55% da preferência; o branco fica em segundo lugar, com 25%, e em terceiro está o rosé, com 20% do total.

Mas não é somente o consumo que aumentou; a produção nacional também experimenta avanços. Vale ressaltar que o Brasil se destaca como um importante produtor de vinhos, abrigando regiões vinícolas a cada dia mais renomadas internacionalmente, principalmente para os espumantes.

Nesta época do ano, em que as temperaturas começam a ficar mais amenas, surge uma



excelente oportunidade para ampliar as vendas. Apostar na diversidade é uma estratégia para quem deseja garantir a atenção do consumidor e seu gosto para os variados produtos, tais como os vinhos tintos, brancos, rosés, de mesa e finos, além de espumantes.

Os supermercados estão atentos à evolução dos padrões de consumo e têm investido na expansão de suas seleções de vinhos. O grupo Supernosso, por exemplo, relata que nos últimos cinco anos dobrou o espaço destinado à sua adega, garantindo que essa se adapte continuamente ao gosto dos seus clientes.

VARIEDADE

De acordo com o gerente de importações e adega do Grupo Supernosso, Jean-Charles Godard, buscando proporcionar uma experiência satisfatória a seus clientes, a empresa inves-

tiu no sortimento dos vinhos chilenos, argentinos e portugueses. Estes são os estrangeiros de maior procura.

“Temos aumentado a presença das vinícolas nacionais, principalmente com os espumantes, que têm qualidade reconhecida internacionalmente. Além disso, trabalhamos com vinhos tintos, rosés e brancos e com todos os tipos de espumantes. Gostamos também de apresentar tendências mundiais como vinhos orgânicos, biodinâmicos ou naturais”, afirma.

PLANEJAMENTO

Com a chegada do período frio, época em que há maior demanda por vinhos, a rede já começou a se preparar logo no início do ano, para não correr o risco de ruptura durante o inverno. Para atrair ainda mais o público que aprecia vinhos, o Supernosso realiza, durante o mês de julho, sua

Na página ao lado, o casal brinda em refeição à luz de velas; abaixo, a manga comprida da camisa do shopper revela a estação do ano; acima, vista parcial da adega de loja da rede SuperVale (Sul de Minas)





Quem vende vinho, pode vender também alimentos que harmonizam com o produto, tais como queijos e charcutaria e acessórios como o decantador e o saca-rolhas, entre muitos outros

tradicional “Feira de Vinhos”, além de outras ações, como as degustações em loja.

Jean-Charles destaca que, para reforçar a divulgação da variedade de vinhos disponíveis, o folheto tem sido a principal ferramenta para impulsionar a categoria, em conjunto com ações dentro da própria loja. Além disso, a equipe de *sommeliers* desempenha um papel fundamental como impulsionadores de vendas, uma vez que os clientes buscam orientações profissionais para a seleção do vinho ideal, seja para uma ocasião específica ou para harmonizar com determinada refeição.

OPORTUNIDADES

Esta época do ano traz outras oportunidades de venda que incluem a expansão da oferta de produtos associados ao comércio de vinhos. O Supernosso, por exemplo, aproveita ao máximo para promover harmonizações com os produtos gastronômicos presentes no *mix* da loja, como queijos, charcutaria, carnes e pães, entre outros. Nesse contexto, os *sommeliers* são peças-chave para facilitar essas vendas combinadas, orientando os clientes na escolha das melhores combinações.

Para se ter uma ideia de como essa categoria pode crescer, a rede destaca que durante a Feira de Vinhos a demanda pelo produto pode representar até 15% das vendas em algumas de suas lojas.

SUL DE MINAS

O SuperVale Supermercados, em Poços de Caldas, no Sul de Minas, destaca que nos últimos anos notou-se um aumento considerável no número de rótulos disponíveis, principalmente dos vinhos importados. Segundo o sócio proprietário do SuperVale, Márcio Roberto de Oliveira, em suas lojas os vinhos da América do Sul têm uma predileção maior do consumidor, por serem marcas mais conhecidas. Nesta época do ano, segundo ele, os clientes costumam preferir vinhos tintos suaves, que são os mais populares, embora outra parcela dos clientes opte pelos vinhos secos.





Vinhedos europeus, inspiração dos produtores brasileiros, a cada dia mais capacitados e premiados

Para impulsionar as vendas durante este período, pouco antes do Carnaval o SuperVale estabelece parcerias com importadoras e indústrias de vinhos, antecipando-se às demandas da Páscoa e do inverno. Além disso, aposta na criação de folhetos promocionais, de pontos extras para a exposição dos produtos e na realização de degustações dentro das lojas.

IMPULSIONANDO AS VENDAS

Os supermercadistas que planejam aprimorar sua seleção de vinhos e impulsionar as vendas nesta temporada, podem se beneficiar das orientações da *sommelière* e compradora de vinhos Lorena Lopes. De acordo com ela, uma excelente estratégia para este outono é investir em vinhos aromáticos e de médio corpo, especialmente considerando as temperaturas mais amenas.

No inverno, a tendência é optar por tintos com passagem em madeira e brancos com mais corpo. Eles são geralmente os favoritos nessa estação, devido à sua robustez e maior teor alcoólico, proporcionando harmonização ideal com os pratos da estação, além de ajudar a aquecer o corpo.

Outra estratégia eficaz é criar exposições em espaços alternativos além da adega, o que costuma atrair a atenção dos consumidores. Aproveitar as exposições fazendo uso das tecnologias e mídias digitais, oferecendo recomendações de ocasiões de consumo e harmonizações também

pode gerar grande interesse por parte dos clientes, afirma Lorena.

PERSPECTIVAS DE MERCADO

O Brasil tem potencial para se tornar um grande produtor internacional de vinhos, afirma o vice-presidente do Instituto de Gestão, Planejamento e Desenvolvimento da Vitivinicultura do Estado do Rio Grande do Sul (Consevitis-RS), Daniel Panizzi. O Consevitis-RS é responsável pela promoção e ordenamento do setor, especialmente naquele estado, que detém cerca de 80% da produção nacional.

Segundo Daniel Panizzi, a região Sul já é uma grande consumidora *per capita* de vinho, e considerando o tamanho do Brasil há um vasto potencial de consumo a ser explorado. "Acredito muito que o vinho tenha um grande mercado a ser desenvolvido; é uma bebida muito bem aceita e simpática ao consumidor", afirma.

Panizzi ainda destaca um desafio do país para se posicionar como um produtor mundial de vinhos. "Hoje, a nossa exportação é ainda embrionária. Entretanto, antes da pandemia ela vinha apresentando números de crescimento muito interessantes. Agora, pós-pandemia, o mercado brasileiro vem desenvolvendo novas ações, participando de feiras internacionais de grande destaque, e com isso vamos posicionando o Brasil no polo mundial como um grande produtor de vinhos". 🇧🇷

UMA TRADIÇÃO NO CAIXA

NO MÍNIMO, 60 DIAS DE MUITAS OPORTUNIDADES. SÃO AS FESTAS JUNINAS E JULINAS QUE ESTÃO CHEGANDO E PODEM DEIXAR BOAS LEMBRANÇAS NO BALANÇO

Giovanni Peres



As tradições culturais brasileiras são muito fortes, principalmente aquelas ligadas à diversão. Quem é o brasileiro que resiste ao chamado dos blocos no Carnaval – Belo Horizonte tem sido reconhecida como um dos polos carnavalescos do País – ou à sanfona do forró pé de serra, com as pessoas à moda caipira? É sobre esta segunda forte tradição que GÔNDOLA vem sinalizar aos seus leitores, e, claro, orientá-los e trazer dicas, uma vez que as festas que um dia foram só Juninas, agora são também, de fato, Julinas.

Ou seja, é um período longo, de no mínimo 60 dias – embora o auge da festança seja a segunda quinzena de junho – e isso pode fazer uma diferença boa no caixa do supermercado. Mas bons resultados só são possíveis com planejamento, que pode fidelizar e, ao mesmo tempo,

atrair clientes novos, além de ampliar o tíquete médio no período.

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Inovar sempre faz bem. Por isso, não deixe de incentivar as pessoas envolvidas no planejamento nesse sentido. Porém, o passado também pode ser um ponto de partida. Faça um balanço das ações e dos resultados dos anos pós-pandemia e coloque na tela da sala de reuniões. Saiba que, “escondidos” nesses dados, estão o comportamento de compra de seus clientes e as quantidades que foram efetivamente adquiridas por eles. Assim, estará dada a largada para o “arraiá” de 2024.

Outra dica: ciente das quantidades, quanto mais cedo tiver iniciado os contatos com os fornecedores, melhor. Como imaginar um São João

com ruptura na gôndola e sem canjica, quentão, milho cozido e outras iguarias tradicionais? É fundamental que estejam garantidos e com boa disponibilidade os produtos que serão usados pelos consumidores em suas receitas.

MAIS ITENS

Milho branco, leite condensado, leite, amendoim, cravo são exemplos de itens comuns nas receitas de canjica junina, por exemplo. Há produtos que não são necessariamente parte de receitas, como é o caso do milho verde, consumido cozinho em água e sal. Outro é o milho de pipoca.

E assim vai: canjiquinha, tapioca, doce de abóbora, doce de leite, fubá, pé de moleque, amendoim (para ser torrado e servido com sal), paçoca etc. Nas bebidas, há boa oportunidade para a cachaça e o vinho, porém a cerveja tem animado as grandes festas populares brasileiras, não importa o clima. É a rainha mesmo.

Ainda falando em alimentos, a sua produção própria pode ter um grande momento em junho e julho. Seus dados dos últimos anos revelam o que teve mais saída e some a eles a criatividade para trazer um novo tempero no faturamento do "arraíá" de 2024. O que não pode faltar é, sempre mais frescos o possível, caldos de mandioca e feijão, bolo de fubá, broa de milho, a canjica doce, pamonha salgada e doce, pão de queijo, cachorro-quente e muito mais.

Atenção: seções não alimentícias também merecem fazer parte do planejamento e da execução das ações. O bazar tem toda a parte de descartáveis usados nas festas, principalmente nas que serão feitas ao ar livre pelas famílias e grupos de amigos. E pode ter também o chapéu de palha, o lenço, bandeirolas ou até mesmo botinas! Só não pode faltar criatividade.

DEPOIS DAS MÃES

Há quem diga que a data melhor para instalar o "arraíá" na loja é uma semana depois do Dia das Mães. Mas outros apontam para a última se-

Pipoca, bolo de fubá, cerveja, churrasquinho são apenas alguns da ampla lista de itens que estão presentes nas tradições de consumo do período de festas Juninas e Julinas





Mesmo quem reside nos grandes centros urbanos mineiros não resiste à tradição do milho verde e dos doces típicos, como o pé-de-moleque em diversas versões

mana de maio. O ideal é que a loja esteja caracterizada para o período e para isso conte com o talento da equipe e de boas sugestões dos fornecedores. As bandeirolas são o símbolo universal das Festas Juninas e Julinas!

Não é preciso exagerar em nada. É só garantir que o *shopper* seja lembrado que é época de Festa Junina. O ideal é que toda a loja e os colaboradores estejam no clima. Quem tem um clima de "arraiá" na loja não precisa ficar só focado em descontos e promoções. A compra por impulso tem o combustível natural que a tradição festeira de junho e julho traz.

A decoração deve representar as tradições das festas, além de fazer com que o supermercado e os colaboradores entrem no clima. É assim que o *shopper* tem a ajuda para se lembrar dos bons momentos que o esperam no período e abra sua mente em busca de mais prazer e diversão. A concorrência certamente estará com ações em andamento e você pode inovar, surpreendendo com algumas mudanças temporárias no layout.



Desde 1962

FESTA JUNINA

é tudo de bão!

Preparem as lojas para a melhor Festa Junina de todos os tempos, com a **Marca N° 1 do Brasil.***

Mix de produtos + peças de pdv para fazer **SUCESSO NAS VENDAS!**



BARRAQUINHAS



PONTA DE GÔNDOLA



PLACA/TESTEIRA



PLÁSTICO FORRAÇÃO



BANDEIROLAS



RÉGUA DE GÔNDOLA



ENCONTRE UM VENDEDOR MAIS PRÓXIMO DE VOCE!



@dacolonia

DACOLÔNIA - ALIMENTOS NATURAIS LTDA.

Rua Antônio Osório dos Santos, nº 402, 2º Distrito, CEP: 95500-000
Santo Antônio da Patrulha/RS - sac@dacolonia.com.br - Fone: (51) 3409.1041

*Fonte: 18ª Edição do Ranking AS 5 MAIS MAIS - Pesquisa Mais Mais SV 2024, realizada pela Scanttech e Associação Paulista de Supermercados - APAS.



Acima, itens que normalmente se juntam à mandioca (ao lado) para o delicioso caldo servido nas Festas Juninas; abaixo, o gengibre, que marca presença na receita do quentão



Há experiências de sucesso com áreas especiais dedicadas às Festas Juninas e Julinas no supermercado. As tradicionais barraquinhas, de presença constante há muitos anos e em todas as redes, já estariam impactando pouco, dizem alguns consultores em artigos publicados na internet.

DIVULGAÇÃO

Por fim, em nosso conjunto de dicas para o “arraiá” 2024, todo o esforço que você fizer para potencializar a tradição junina/julina em seu caixa só terá sentido e sucesso se o cliente estiver informado. Acelere sua equipe de marketing: rede sociais, mídias tradicionais, promoções atraentes, receitas típicas incentivadoras, sorteios de kits, carro de som. Tudo depende do seu perfil de cliente.

É a hora de o CRM e seus programas de fidelização mostrarem ainda mais serviço, pois a mensagem direta e customizada tem uma capacidade de resultado sempre excelente, se corresponder às necessidades imediatas ou potenciais do cliente. Em períodos assim, normalmente o movimento da loja aumenta. Outra coisa, é hora de “captura”. Novos clientes visitarão a loja por necessidade, comparação, entre muitas outras razões, e merecem ter uma ação efetiva de sua empresa para que entrem naquele momento para o programa de fidelização, por exemplo. 🛒

MARQUE SUA PRESENÇA NA VITRINE MAIS CONCORRIDA DE MINAS GERAIS

Participe do segundo maior evento supermercadista do Brasil, e o maior de Minas.

Invista na Superminas
Food Show 2024.



**SEJA OU EXPOSITOR,
OU PATROCINADOR,
FALE COM NOSSO COMERCIAL:**



Egladson Coelho
egladson.coelho@amis.org.br
(31) 98426-6322
(31) 2122-0538



Marcelo Pereira
marcelo@amis.org.br
(31) 98426-6179
(31) 2122-0523



HOMENAGEM, RECONHECIMENTO E PRESTÍGIO

SEMPRE COM MUITA EMOÇÃO, TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR ALCANÇA SUA 38ª EDIÇÃO E SE CONSOLIDA COMO O “OSCAR” DO SETOR

Em sua 38ª edição, segue cada vez mais disputado e emocionante. De fato, é o “Oscar” dos fornecedores do setor de supermercados de Minas Gerais. Trata-se do *Troféu Gente Nossa Fornecedor 2024*, que teve uma cerimônia de grande prestígio realizada dia 3 de abril, em Belo Horizonte.

Promovido pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS), seu objetivo é homenagear

e reconhecer os fornecedores que se destacam no dia a dia da missão que, juntamente com os supermercados mineiros, é garantir o abastecimento e bem servir toda a população mineira.

Criado em 1986, o *Troféu Gente Nossa* confere aos ganhadores ainda mais prestígio junto ao mercado, pela sua tradição de conceito, confiabilidade e relevância. A escolha das empresas homenageadas se dá via votação direta dos supermercadistas.





Fornecedores e supermercadistas lotam o auditório para a cerimônia de entrega do Troféu Gente Nossa Fornecedor 2024



O Presidente da AMIS, Alexandre Poni, durante seu pronunciamento de abertura da cerimônia de entrega dos Troféus

Os critérios que balizam a eleição são: relação comercial; atendimento; pontualidade na entrega e participação de mercado. Todo o processo de votação é auditado por uma empresa especializada. No total, são 28 categorias, das quais 27 votadas pelos associados supermercadistas (3 empresas agraciadas por categoria) e uma definida pela AMIS (neste ano, apenas uma empresa é agraciada).

São homenageados com o *Troféu Gente Nossa Fornecedor 2024* representantes de todas as seções de produtos que compõem o sortimento da loja supermercadista. É somente durante a cerimônia que as três empresas agraciadas de cada uma das 27 categorias conhecem aquela que foi a mais votada entre elas e que passa a ser conhecida como “Destaque dos Destaques”.

Por isso, é sempre um momento de intensa expectativa e emoção a abertura, pelos auditores, no palco, dos envelopes de cada categoria com a revelação da empresa campeã de votos entre as três. A única categoria escolhida pela AMIS é a de “anunciante do ano” da revista *Gôndola*, ou seja, considerada a

empresa que mais esteve presente na publicação, veículo oficial de informação do setor supermercadista mineiro, editada pela Associação.

CERIMÔNIA

Um coquetel de boas-vindas, no salão de acesso ao auditório, precedeu a cerimônia deste ano. A saudação de abertura dos trabalhos no palco foi feita pelo presidente da AMIS, Alexandre Poni. Ele ressaltou a importância do relacionamento entre fornecedores e supermercados e parabenizou a todos pela conquista.

Na sequência, os patrocinadores do evento, GS1 e Sisqual, deram seu recado ao público e teve início a entrega dos *Troféus* aos agraciados. Ao término da cerimônia, o Presidente da AMIS, Alexandre Poni e o Vice-Presidente da AMIS da Capital, Pedro Lourenço, subiram ao palco para prestar homenagem ao mestre de cerimônia, Paulo Leite. Em seguida, um novo coquetel foi servido, desta vez para celebração dos momentos de integração e homenagem proporcionados pelo *Troféu Gente Nossa*.

Nas páginas que se seguem trazemos para você o momento em que os fornecedores agraciados estavam no palco, já com seus Troféus, acompanhados do padrinho de cada categoria.

Agraciados com o Troféu Gente Nossa Fornecedor 2024*

*As empresas destacadas em **negrito** nas legendas das fotos foram as que receberam mais votos entre as agraciadas da categoria

LEITE

Longa vida (desnatado, semi-desnatado, integral)

Da esq. p/ dir.: Alexandre Poni, Sócio Diretor da rede Verdemar Supermercados e Padaria, Presidente da AMIS e padrinho da categoria; Maurício Borges de Almeida, Diretor Regional de Vendas MG/GO/ES da **Itambé (Lactalis)**; Joel Aquino, Gerente Nacional de Vendas da Porto Alegre e Thiago Casas, Diretor Comercial da Quatá Alimentos



CAFÉ E CHÁ

Capuccino, café em pó, cápsulas, chá (quente)

Da esq. p/ dir.: Bruno Oliveira, Diretor Comercial da rede Supermercados BH, Vice-Presidente da AMIS e AMIS Jovem e padrinho da categoria; Alexandre Martins, Gerente Regional de Vendas da **3 Corações**; Gilberto Fernandes, Gerente de Vendas MG da JDE (Pilão/Caboclo) e Rafael Ettore, Gerente Regional MG/RJ/ES da Melitta





3corações

NOSSOS CORAÇÕES BATEM MAIS FORTE COM ESSAS CONQUISTAS

O Grupo 3corações é o 1º colocado nas categorias “Produto Inovação e/ou Lançamento do Ano”, com 3 Corações Power Whey e “Cafés e Chás”.



tres

FRISCO

Fino Grão

FORT



Café Toko

Café Brasileiro

3CORACOES.COM.BR

3CORACOES

/GRUPO3CORACOES



ÓLEOS E AZEITES

Óleos (composto, soja, algodão, canola, girassol e arroz), azeite



Da esq. p/ dir.: Thúlio Fernandes Martins, Diretor Comercial da rede ABC Supermercados e Atacado e padrinho da categoria; José Soares Coelho Filho, Coordenador de Vendas da ADM; Emanuel Ricardo Tavares Rocha, Gerente Regional da **Cargill** e Bruno Oliveira, Gerente de Conta da Gallo

CONSERVAS E TEMPEROS

Conservas (molho refogado, purê/molho de tomate, maionese, vegetal, catchup, azeitonas), atum e bonito, temperos (industrializados e molhos para salada)



Da esq. p/ dir.: Paulo Crapina, Diretor de Relações Institucionais da GS1 e padrinho da categoria; Luciano Barros Lopes, Diretor Regional Sudeste e Centro-Oeste da Kraft Heinz; Lucas Tevizaneli, Diretor da **Predilecta** e Renata Cristina Arantes Pereira, Gerente de Vendas e Merchandising Minas Gerais da Unilever

Predilecta®

Feito com amor

Pelo 3º ano consecutivo,
somos campeões na categoria
de Conservas e Temperos

TROFÉU GENTE NOSSA

FORNECEDOR 2024



Ana Maria Braga
Embaixadora Predilecta



QUEIJO E/OU REQUEIJÃO

Cremosos, fundido, frescal, linha gourmet, muçarela, ricota, artesanal e requeijão

Da esq. p/ dir.: Rono Neves, Diretor da rede Mart Minas e Dom Atacadista, Presidente do Conselho Superior da AMIS e padrinho da categoria; Maurício Borges de Almeida, Diretor Regional de Vendas MG/GO/ES da **Itambé (Lactalis)**; João Lúcio Carneiro, CEO da Porto Alegre e Magno César Sobrinho, Gerente Regional da Vigor



CARNE IN NATURA

Aves, bovinos, peixes e suínos

Da esq. p/ dir.: Luís Fernando Costa, Superintendente Comercial e de Marketing da rede Verdemar Supermercados e Padaria e padrinho da categoria; Felipe Delgado Lalli, Diretor de Contas Nacionais da **BRF**; Fábio Henrique Alves, Gerente Comercial da JBS (Friboi) e Edvaldo José Campos, Assessor da Presidência da Pif Paf Alimentos



itambé

≡ QUEIJO FATIADO ≡

FRESCO, SABOROSO

E FÁCIL, EXTREMAMENTE FÁCIL

Os Únicos com
**Vitamina
Uai**



TROFÉU
GENTE
NOSSA

A itambé conquistou o prêmio
Troféu Gente Nossa
em 4 categorias:

- CATEGORIA SAUDÁVEIS
- LEITES
- PERECÍVEIS LÁCTEOS
- QUEIJO E/OU REQUEIJÃO



DISTRIBUIDOR

Empresas especializadas na distribuição de produtos para o varejista, apoiados por lojas físicas e/ou virtuais



Da esq. p/ dir.: Leonardo Miguel Severini, Diretor do Atacado Vila Nova e Presidente da Associação Brasileira de Atacadistas (ABAD) e padrinho da categoria; Flávio Ramos, Gerente Regional da Arcom; Nildo de Souza, Diretor Comercial da Dec Minas e Elder Rocha Elias, Diretor Comercial da **Stoque Mercantil**

OVOS E FLV

Frutas, flores, legumes, verduras



Da esq. p/ dir.: Sérgio Henrique Bastos, Diretor Comercial da rede Hipermercado Santa Helena e Vice-Presidente Regional da AMIS em Sete Lagoas e padrinho da categoria; Diogo Benassi Gestich, Diretor Comercial da **Benassi**; Eduardo Soares, Diretor Comercial da NL Frutas e Igor Nori Motta, Diretor Comercial da Per'Fa Alimentos

BEBIDAS ALCOÓLICAS (EXCETO CERVEJA)

Vinhos (importado e nacional), destilados (uísque, vodca, rum, aperitivo, aguardente de cana, conhaque, misturas alcólicas e gin)

Da esq. p/ dir.: Guilherme Martins Villefort, Diretor da rede Villefort Atacado e Varejo e padrinho da categoria; Júnia Almeida, Gerente Regional MG/CO da Concha y Toro; Sidimar Fleck, Presidente da Cooperativa Nova Aliança e Reginaldo Cipriano, Head Regional da **Diageo**



HIGIENE E PERFUMARIA

Aparelho de barbear, absorvente higiênico, antisséptico bucal, bronzeadores, bloqueador solar, condicionador, creme dental, creme para barbear, creme para pele, escova dental, depilatórios, desodorante, esmalte para unhas, fio e fita dental, fralda descartável (geriátrica e infantil), papel higiênico (folha dupla e folha simples), lâmina de barbear, lenço umedecido, sabonete, xampu, tintura e rejuvenescedor para cabelos

Da esq. p/ dir.: Leonardo Schoti Alvarez, Diretor Geral da rede Bretas e Vice-Presidente de Desenvolvimento Tecnológico da AMIS e padrinho da categoria; Edmar dos Santos Rodrigues, Coordenador Regional Merchandising da **Colgate-Palmolive**; Samir Moraes, Gerente Senior MG da P&G e Renata Cristina Arantes Pereira, Gerente de Vendas e Merchandising Minas Gerais da Unilever





ANUNCIANTE REVISTA GÔNDOLA DESTAQUE



Da esq. p/ dir.: Pedro Gosende, Gerente Comercial da AMIS e Marina Catarino, Coordenadora de Trade Regional da **Coca-Cola FEMSA**

FARINÁCEOS

Farinha de trigo, de milho, de mandioca; chia, aveia, polvilho, fubá, canjica, trigo de quibe, mistura para bolo; tapioca



Da esq. p/ dir.: Gilson de Deus Lopes, Sócio Proprietário do Supermercado 2B, Vice-Presidente de Eventos e Relações Sindicais da AMIS, Delegado da AMIS junto à Abras e padrinho da categoria; Alex Bach, Gerente Comercial da Bunge; Marcos Rodrigues de Rezende, Diretor Regional de Vendas Comercial da Santa Amália e Marcos Paulo Jorge, Gerente Nacional de Vendas da **Vilma Alimentos**

— O maior privilégio é ser —
destaque na sua gôndola



Só quem é destaque na gôndola e destaque na mesa e no coração de clientes e consumidores, é destaque dos destaques nas categorias **Massas e Farináceos do Troféu Gente Nossa 2024.**



**A receita desse reconhecimento é você,
supermercadista!**

Agradecemos por confiar em nosso propósito de estar presente na alimentação de dia a dia das pessoas, com alimentos de qualidade e sabor único.

Accesse o QR Code
e conheça nosso
novo site.



Vilma

ALIMENTOS



PERECÍVEIS LÁCTEOS

logurte (grego e líquido), petit suisse, leite fermentado, sobremesa pronta gelificada, manteiga, margarina, creme de leite e sorvete

Da esq. p/ dir.: Maurício Almada, Diretor Comercial do Grupo Bahamas e padrinho da categoria; Maurício Borges de Almeida, Diretor Regional de Vendas MG/CO/ES da **Itambé (Lactalis)**; Geovane Leite, Gerente Regional de Vendas da Nestlé logurtes-DPA Brasil e Bruno Damasceno, Gerente Nacional de Vendas da Trevo Lácteos



PERECÍVEIS CONGELADOS, RESFRIADOS E EMBUTIDOS

Carnes preparadas (corte de frango temperado), batata congelada, hambúrguer, nuggets, pratos prontos congelados (lasanha, escondidinho, steak de frango, pizza), prato semipronto, salgadinhos e acompanhamentos (coxinhas, empadas, bolinhos, hot pocket, afiambrados, apresuntados, carnes saudáveis (peito de peru, blanquet, chester etc), copa, fatiados embalados, linguiça, mortadela, parma, presunto, salame, salsicha, salsichão etc.

Da esq. p/ dir.: Pedro Lourenço de Oliveira, Presidente da rede Supermercados BH e Vice-Presidente da AMIS na Capital e padrinho da categoria; Florivaldo Morais Alves Júnior, Diretor Comercial Sudoeste da **BRF**; Daniel Dorjó, Gerente Regional da JBS (Seara) e Jane Fernandes, Gerente Comercial AS da Pif Paf Alimentos



MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS E INSTALAÇÕES COMERCIAIS

Carrinho e cestas para supermercados, refrigerador, gôndola, freezer, geladeira, fatiador, balança, checkout, leitor ótico, empilhadeira, máquina para limpeza de piso



Da esq. p/ dir.: Anderson Ferreira Lacerda, Diretor da DMA e padrinho da categoria; Miguel Ângelo Teixeira, Diretor da Arneg Brasil; Ivan Vieira Júnior, Executivo de Vendas da **Eletrofrío** e Osmair Rodrigues da Silva, Representante Comercial da NSF

BEBIDAS NÃO ALCÓOLICAS (EXCETO ÁGUA)

Refrigerante, bebida esportiva (energético e isotônico), água de coco, sucos (prontos e concentrados ou em pó)



Da esq. p/ dir.: Antônio Claret Nametala, Presidente Executivo da AMIS e padrinho da categoria; Thiago Suheth de Souza Santos, Diretor de Vendas da Ambev; Nilo Montresor Júnior, Gerente de Contas Regional da **Coca-Cola FEMSA** e Jackson Junio de Souza, Gerente de Trade Marketing da Tial





Camil e Santa Amália são destaques no Troféu Gente Nossa 2024!

Agradecemos a todos do setor supermercadista de Minas Gerais, pela parceria e reconhecimento de nossas marcas, agraciadas como destaques no Troféu Gente Nossa 2024.





CEREAIS

Arroz e feijão

Da esq. p/ dir: Thiago Vaz da Silva, diretor da rede Mart Minas e Dom Atacadista e padrinho da categoria; Carlos Ely Merljak Júnior, Gerente Comercial, Logística e Marketing do **Arroz Prato Fino (Pirahy Alimentos)**; Marcos Rodrigues de Rezende, Diretor Regional da Camil e Luciano Rodrigues da Cunha, Diretor Comercial do Arroz Vasconcelos



ÁGUA MINERAL

Com e sem gás

Da esq. p/ dir: Cristiano Rezende, diretor da rede Mart Minas e Dom Atacadista e padrinho da categoria; Nilo Montresor Júnior, Gerente de Contas Regional da **Coca-Cola FEMSA**; Jamil Saraiva Fraiha, Diretor Comercial da Igarapé e Luciano de Castro Silva, Gerente Comercial da Minalba (São Lourenço)



TROFÉU GENTE NOSSA

FORNECEDOR 2024

Obrigado Minas Gerais por mais
um ano de sucesso.
Esse reconhecimento é reflexo
da nossa excelente relação com
o Varejo Mineiro.
Muito obrigado MG.







7 anos de reconhecimento

Pela sétima vez, conquistamos nosso lugar entre as melhores empresas de pães congelados de Minas Gerais.

Saibam que este prêmio nos motiva a ser melhores a cada dia e a manter o nosso propósito de alimentar a vida de forma saborosa.





PÃO DE QUEIJO

Pão de queijo e biscoito de queijo



Da esq. p/ dir.: Francisco Antônio da Silva, Diretor Comercial da rede Uberaba Supermercado e Vice-Presidente de Desenvolvimento Profissional e Empresarial da AMIS e padrinho da categoria; André Luiz Sabatino, Diretor Comercial da **Forno de Minas**; Camila Carvalho, Gerente de Trade Marketing da Pif Paf Alimentos e Guilherme Moreira de Carvalho Lima, Diretor da Seu Ninico

PÃES CONGELADOS E/OU INDUSTRIALIZADOS

Pães congelados e industrializados tipo forma (tradicional, ingredientes especiais, bisnaga lanche e outros)



Da esq. p/ dir.: Alexandre Poni, Sócio Diretor da rede Verdemar Supermercados e Padaria, Presidente da AMIS e padrinho da categoria; Mozart Vieira Pires Filho, Gerente Regional MG da **Bauducco**; Júlio César Guiselini, Gerente de Operações MG, da Marquespan e Anderson Kury, Presidente da Trigo Arte

Bauducco®

PÃO fermentação natural

Não deixe faltar no seu PDV!



A **fermentação natural** é um processo artesanal cheio de cuidado e muita tradição, no qual é usada a **massa madre**, um fermento vivo que veio da Itália há mais de 70 anos e é alimentado todos os dias com farinha e água pelos nossos mestres fermenteiros.



EMBALAGEM SELADA

Garante aos nossos pães uma maior durabilidade (shelf life estendido), deixando-os **fresquinhos por mais tempo.**



CAIXA-DISPLAY

Traz mais **visibilidade** para a marca e para os produtos. Também oferece mais **facilidade** na exposição, além de ser excelente na construção de pontos extras.



TECNOLOGIA

Desenvolvedor de: site, aplicativos, soluções para o comércio eletrônico, software (CRM, ERP etc), serviço de hospedagem e segurança da informação

Da esq. p/ dir.: Marccone Nunes de Miranda, Sócio Diretor da rede BIG Mais Supermercados, Vice Presidente Regional da AMIS em Governador Valadares e padrinho da categoria; Paulo Nani, Sócio da Avanço Informática; Geraldo Antônio de Figueiredo Ibraim, Diretor Comercial da S&I Automação e Miguel Araújo Micali, Gerente Executivo Comercial da Totvs



MASSAS

Alimentícias e instantâneas

Da esq. p/ dir.: Roberto Gosende, Diretor de Marketing e RH do Grupo DMA, Vice-Presidente da AMIS, membro do Conselho Editorial de GÔNDOLA e padrinho da categoria; Mauro Ney Ribeiro de Araújo, Gerente Regional da Barilla; Marcos Rodrigues de Rezende, Diretor Regional de Vendas Comercial da Santa Amália e Luana Vieira, Gerente Nacional de Vendas da Vilma Alimentos





DESTAQUE SUA MARCA NO



LÍDERES
DO VAREJO

2024 SUPERMERCADOS EM DEBATE

MONTES CLAROS

QUER IMPULSIONAR SEUS NEGÓCIOS NO MERCADO SUPERMERCADISTA? NÃO PERCA A OPORTUNIDADE DE SER EXPOSITOR OU PATROCINADOR NO LÍDERES DO VAREJO EM MONTES CLAROS.

CONECTE-SE DIRETAMENTE COM OS PRINCIPAIS DECISORES SUPERMERCADISTAS DO NORTE DE MINAS, GARANTINDO VISIBILIDADE E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO ÚNICAS.



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



Alexandre Soares
(31) 998427-1737
alexandre.soares@amis.org.br



EXPERIÊNCIA
DO CLIENTE



PRODUTO INOVAÇÃO E/OU LANÇAMENTO DO ANO



Da esq. p/ dir.: Endrigo Duarte, Diretor Comercial da Sisqual e padrinho da categoria; Giovanni Pereira, Gerente de Vendas da **3 Corações** (Power Whey - Café + Proteína); Nilo Montresor Júnior, Gerente de Contas Regional da Coca-Cola FEMSA (Linha Creations - Rosália - Sem Açúcar) e João Guilherme, Gerente Regional Off da Heineken (Vibes Amstel - Drink Pronto para Beber)

BAZAR

Artigos para escritório e instrumentos de escrita (lápiz, caneta, lapiseira), borrachas, colas, fósforo, guardanapo de papel, cadernos, pilhas e baterias, toalha de papel, saco de lixo, sacola plástica, sacola retornável, utensílios domésticos, envoltórios para alimentos, lâmpadas



Da esq. p/ dir.: Rodolfo Kayser Nejm, Vice Presidente do Grupo Superno, Vice-Presidente da AMIS e padrinho da categoria; Rodrigo Otávio Perdigão Thramm, Coordenador de Vendas MG/ES/RJ da Plasútil; Roney Flávio de Oliveira Leite, Representante Comercial da **Tramontina** e Antônio Cândido de Mello Carvalho, Diretor Comercial da Wyda Embalagens

LIMPEZA, HIGIENIZAÇÃO E SANITIZAÇÃO

Álcool (gel e líquido), água sanitária, amaciante, concentrados de limpeza, desinfetantes, desodorizador sanitário, detergente líquido, esponjas sintéticas, sabão e detergente para roupa, limpadores para casa, máscara, luvas

Da esq. p/ dir.: Rono Neves, Diretor da rede Mart Minas e Dom Atacadista, Presidente do Conselho Superior da AMIS e padrinho da categoria; Marcos Eugênio Cavalcanti de Albuquerque, Gerente Comercial da **Química Amparo (Ypê)**; Rogério Furtado, Diretor Comercial da UAUIngleza e Renata Cristina Arantes Pereira, Gerente de Vendas e Merchandising Minas Gerais, da Unilever



MERCEARIA DOCE

Açúcar cristal, açúcar refinado, achocolatado em pó, biscoito (Maria, Maisena, recheado, wafer, água e sal), caramelo, drops, pastilha, goma de mascar, cereais em barra, chocolates em tablete

Da esq. p/ dir.: Alexandre Poni, Sócio Diretor da rede Verdemar Supermercados e Padaria, Presidente da AMIS e padrinho da categoria; Christian Muto, Diretor Regional de Vendas da Bauducco; André Plana, Diretor de Vendas da Mondelez e Luciano Fraga, Gerente Regional de Vendas Canal AS Moderno da **Nestlé**

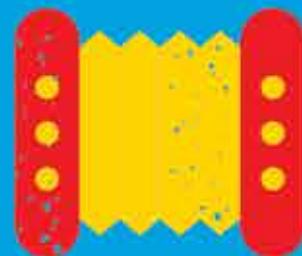




O MAIOR



SÃO
JOÃO
DA HISTÓRIA!



Neste 2024, dois grandes eventos de São João, Caruaru e Campina Grande, serão patrocinados pela marca Garoto®, valorizando a tradição e cultura do Norte e Nordeste brasileiro.

E para que a visibilidade da marca seja suportada nesse período, um plano e investimento robustos serão implementados, incluindo MPDVs, degustação das inovações como Choco Trio Garoto e ativações diferenciadas em loja!

O convite é feito para todos os varejistas fazerem parte do maior São João da história de Garoto®!

E AS MAIORES INOVAÇÕES DO ANO
PARA GAROTO®, TAMBÉM NÃO PODEM
FICAR DE FORA DA SUA LOJA!



Imagens ilustrativas. CONTEM GLÚTEN.





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

Produtos veganos, funcionais, orgânicos, com restrição alimentar (sem açúcar, sem glúten, sem lactose). Podendo ser: biscoitos, granolas, arroz, macarrão, lentilha, iogurte, leite, pão integral, bebidas, barras de cereais, doces etc.



Da esq. p/ dir: Ivo José de Castro, Sócio Proprietário do Supermercado Super Vivo e Vice-Presidente de Desenvolvimento de Convênios e Serviços da AMIS e padrinho da categoria; Maurício Borges Almeida, Diretor Regional de Vendas MG/CO/ES da **Itambé (Lactalis)**; Renata Cristina Arantes Pereira, Gerente de Vendas e Merchandising MG da Unilever (Mãe Terra) e Edmilson Maximiliano Gonçalves, Representante Comercial da Vitao Alimentos

CERVEJA

Industrializadas e artesanais



Da esq. p/ dir.: Pedro Lourenço de Oliveira, Presidente da rede Supermercados BH e Vice-Presidente da AMIS na Capital e padrinho da categoria; Thiago Suheth de Souza Santos, Diretor de Vendas da **Ambev**; Eder Salles, Gerente Key Accounts MG do Grupo Petrópolis e João Guilherme, Gerente Regional Off da Heineken

LEVE SEUS PERSONAGENS DISNEY PREFERIDOS PARA CASA!



Produtos **SEM GLÚTEN** e de baixo valor calórico.



PRODUTOS CERTIFICADOS SOB DIRETRIZES
INTERNACIONAIS HEALTHY LIVING DA
WALT DISNEY COMPANY ©

DISPONÍVEL NOS MELHORES SUPERMERCADOS.





TROFÉU
GENTE
NOSSA

FORNECEDOR 2024

CELEBRANDO A EXCELÊNCIA:

**PARABÉNS AOS DESTAQUES
DO TROFÉU GENTE NOSSA!**

A Associação Mineira de Supermercados cumprimenta e parabeniza a todos os fornecedores agraciados no Troféu Gente Nossa.

Seu compromisso com a excelência é uma inspiração para todos, e é um privilégio contar com sua parceria em nossa jornada rumo à excelência do varejo supermercadista.

Juntos, estamos construindo um setor mais forte, dinâmico e inovador. Parabéns, e que este seja apenas o começo de muitas conquistas futuras!

XÍCARA COMEMORADA

VAREJISTAS, INDÚSTRIAS, PRODUTORES E CAFETERIAS CELEBRARAM O 14 DE ABRIL, DIA MUNDIAL DO CAFÉ, BEBIDA QUE ESTÁ CONQUISTANDO ATÉ A ÁSIA

O Dia Mundial do Café foi celebrado em 14 de abril e vários supermercados, cafeterias e indústrias não deixaram de lembrar os consumidores. Afinal, o produto está presente em 98% dos lares brasileiros e o Brasil é o líder mundial de exportação do grão e o segundo maior consumidor da bebida. Os EUA são ainda os maiores importadores e os que mais consomem café.

Porém, um gigante está descobrindo também o café e, se continuar no ritmo atual, a médio prazo pode desequilibrar a balança cafeeira mundial. Informações apontam que no ano passado a China ultrapassou os EUA como o maior mercado de cafeterias no mundo, com 49,6 mil pontos comerciais, de acordo com o World Cof-

fee Portal, plataforma de informações da indústria cafeeira internacional.

Isto tem sido bom para o Brasil e para Minas (maior produtor nacional), uma vez que as importações do grão brasileiro pela China chegaram a 1,4 milhão de sacas no ano passado, crescimento de 278,6% em relação a 2022. Na Índia, Filipinas e Indonésia, países até então também tradicionais consumidores de chá, está acontecendo a mesma coisa.

A introdução do hábito, via cafeterias, nesses países facilita igualmente o contato com os cafés de melhor padrão de bebida. Os consumidores passam a buscar no varejo um sortimento adequado a quem está à procura de experiências sensoriais mais ricas.

Outro disseminador do conhecimento sobre café tem sido a disponibilidade cada vez maior de informações nas mídias digitais e na internet como um todo. As pessoas aprendem sobre os vários tipos de grãos, métodos de preparação e os diferentes perfis de sabor, por exemplo.

BOA DISPONIBILIDADE

Seja para brasileiros, americanos ou asiáticos, a produção das lavouras brasileiras promete ser maior em 2024, depois de dois anos seguidos de redução. Os números divulgados pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) apontam para uma produção de 58,08 milhões de sacas de 60 quilos nos cafezais nacionais, o que representa um aumento de 5,5% frente a 2023. Minas Gerais tem volume estimado em 29,18 milhões de sacas, mantendo-se com líder histórico. O Espírito Santo responderá com 15 milhões de sacas, em segundo lugar. 🇧🇷





LOR

PLEASURE IS GOLD

HARMONIA SURPREENDENTE ENTRE
O CAFÉ E O CHOCOLATE AMARGO.



CÁPSULAS DE ALUMÍNIO COMPATÍVEIS COM MÁQUINAS DE CAFÉ

*Marca de um terceiro, não relacionado à JACOBS DOUWE EGBERTS. Para uma lista de máquinas compatíveis, acesse

Hipervalor monta sede em Belo Horizonte e projeta R\$ 4,4 bilhões em faturamento

A rede Hipervalor deu mais um passo rumo à sua expansão e crescimento em vendas. A rede acaba de inaugurar a sede na avenida Raja Gabaglia, 3117, em Belo Horizonte. A Hipervalor iniciou sua história na cidade de Itaúna, em 2018, com cinco associados e 80 lojas. Hoje são sete associados com 113 lojas e uma projeção de faturamento para 2024 de R\$ 4,4 bilhões. O escritório permaneceu em Itaúna por seis anos e agora, para fortalecer ainda mais os associados, o escritório comercial migra para Belo Horizonte. A inauguração ocorreu dia 11 de abril, com um coquetel para parceiros comerciais e demais convidados.

O Presidente da Hipervalor Vinicius Mendes, acredita que a mudança para Belo Horizonte é estratégica pois, coloca a Associação no circuito das empresas varejistas da Capital Mineira. “Estar em BH é essencial para que possamos potencializar os negócios com grandes indústrias e mostrar a força da Hipervalor”.



Para o Gestor da Hipervalor, Gustavo Fleubert, o momento fortalece a Associação, possibilita acesso com mais facilidade a novos negócios e ampliará o relacionamento e proximidade com os parceiros. “A diretoria apoiou a vinda para BH, esse é um passo importante e teremos mais em 2024. Estar em BH será essencial para aumentar os negócios via associação. A proximidade, tomar um café e olhar no olho gera confiança para todos os envolvidos”, justifica.

A Hipervalor não para de crescer, disse ele, em 2023 foram 60.016.000 milhões de cupons emitidos e a projeção para fechar 2024 é de 122 lojas e 32 cidades mineiras atendidas pelos associados: Alvorada, com sede em Pouso Alegre; Bigmais (Governador Valadares); Casa Rena (Itaúna); Santa Helena (Sete Lagoas); SJ (Contagem); Super Luna (Betim) e o Super Maxi, sediado em Uberlândia.



Barbosão Supermercados inaugura 11ª loja

O Barbosão Supermercados inaugurou sua 6ª loja em Araxá, em 28 de abril. O empreendimento está situado na rua Oswaldo Lemos Martins, 20, entre o Novo Santo Antônio e o Mangabeiras. A nova unidade, com 400m² de área de venda, 4 checkouts e 50 colaboradores diretos oferece aos clientes um amplo mix de produtos, incluindo seções de açougue, padaria, hortifrútie mercearia. Com esta

inauguração, sediada em Araxá, a rede totaliza 11 lojas na cidade e região. A rede possui outros empreendimentos que estão em andamento, inclusive uma fazenda de energia solar. Em novembro, há previsão de inaugurar mais uma loja em Araxá. O Barbosão está adotando uma nova abordagem estratégica, focando em lojas de vizinhança menores, porém, mais completas.

Rede Bretas celebra 70 anos com campanha especial

A rede Bretas está comemorando 70 anos de sucesso. Desde a sua fundação em 1954, a empresa tem sido uma parte essencial das comunidades que serve, oferecendo uma ampla gama de produtos e serviços para atender às necessidades de seus clientes. Para celebrar a data, a rede convidou a renomada cantora e compositora Lauana Prado para estrelar sua campanha de aniversário.

Em total sintonia com a proposta do Bretas, a campanha destaca a importância das tradições locais, dos valores familiares e do orgulho regional que têm sido fundamentais para o sucesso da empresa ao longo das décadas. "Lauana Prado, conhecida por sua conexão com suas raízes e sua



música autêntica, foi escolhida como embaixadora da campanha por sua capacidade de transmitir esses valores de forma genuína e inspiradora", comenta Leonardo Alvarez, diretor da bandeira.

Também como parte da campanha, o Bretas vai sortear R\$ 500 mil em prêmios e os clientes poderão participar das ações exclusivas até 2 de junho. Serão cinco sorteios de R\$ 70 mil, um por semana, além de vales-compras no valor de R\$ 500,00 todos os dias direto nos caixas ou no APP Clube Bretas. Todas as lojas participam da promoção de aniversário (atacarejos, supermercados, armazéns, postos de combustível e canais digitais) em Minas e Goiás.

Bahamas entra no segmento pet & garden

Foi inaugurado em 6 de abril, no Pátio Ferreira Guimarães, bairro Democrata, em Juiz de Fora, a primeira loja do segmento pet e garden do Grupo Bahamas, o Bahapet. O novo empreendimento faz parte dos planos de expansão da empresa, que acaba de completar 41 anos e tem como meta dobrar o faturamento até o final de 2026, compromisso esse assumido em 2023. O Bahapet nasceu com o intuito

de aproximar consumidores e comerciantes dentro de uma estratégia de atacado e varejo nos segmentos pet e artigos de jardinagem. O objetivo com a nova bandeira do Grupo Bahamas é atrair públicos distintos, desde tutores de pets e amantes de plantas até pequenos e médios comerciantes e lojas agropecuárias, oferecendo preços mais competitivos também no atacado.

Gestão Engenharia conclui sua 1ª obra do Supermercados BH no ES

No mês de abril, a Gestão Engenharia entregou sua primeira obra de revitalização da cobertura do Supermercados BH no bairro Jardim Camburi, em Vitória, Capital do Espírito Santo. Nessa obra, foram realizados os serviços de tratamento anti-corrosivo das telhas e estrutura metálica, incluindo trocas e reforços pontuais. A cobertura está preparada para resistir aos efeitos climáticos, tais como as ações do vento e da maresia.



A pintura térmica final garante a proteção do sistema de impermeabilização aliado ao conforto térmico para os clientes e colaboradores com sustentabilidade. De acordo com o Diretor Gustavo Percoppe, "além da loja finalizada do Jardim Camburi, a Gestão Engenharia, está trabalhando em mais cinco unidades do Supermercados BH no Espírito Santo, que serão entregues do Supermercados BH no Espírito Santo, que serão entregues nos próximos dias e tudo com 10 anos de garantia.



Grupo Anchieta celebra 60 anos de tradição

Fundada em 1964, a Anchieta Alimentos celebra 60 anos de presença nos lares brasileiros. Seu nome foi consolidado por meio de produtos derivados do milho, permitindo a expansão para além de sua sede, em São Domingos do Prata (MG). Com a confiança do consumidor, hoje comercializa mais de 250 itens. O segredo é notado facilmente ao conhecer as unidades fabris: ampla estrutura industrial e administrativa que trabalham controlando com afincos todos os processos de produção e das entregas pela frota própria.

Reforçando, o diretor Marcos Fernandes afirma: “isso sem jamais esquecer do nosso propósito, que é levar a mesa do consumidor sabores de família”. Visando continuamente aprimorar o padrão, a empresa é filiada à Associação Brasileira das Indústrias do Milho (Abimilho), mantendo intercâmbio entre empresários, pesquisadores e consumidores. Para enriquecer a celebração das seis décadas, prevê novidades ainda em 2024, com novos produtos no catálogo.

A homenagem dos fornecedores parceiros no aniversário do Grupo Anchieta



Esquinão Supermercados abre 6 novas unidades

O Esquinão Supermercados, com sede em São João Del Rey, anunciou a abertura de seis lojas. As unidades estão em Barroso (duas), uma em Santa Cruz de Minas e três em São João del Rei. Com os novos pontos, a rede chega a 18 lojas e 1400 colaboradores. “Hoje, geramos 1.400 empregos diretos, o que nos deixa honrados pela contribuição em gerar renda e dignidade para tantas famílias na região”, afirma a empresa em comunicado nas redes sociais.

Grupo ABC reinaugura loja em Três Corações

O Grupo ABC reinaugurou dia 8 de abril sua loja localizada em Três Corações, no Sul de Minas. A unidade estava fechada havia quase dois anos por causa de uma chuva que abalou a estrutura da construção. O empreendimento, com o formato de atacado e varejo, está localizado na rua José Capistrano de Souza, 1901, no Sítio Tapera. A área construída é de 6.980 metros quadrados, com 20 checkouts e 221 vagas para estacionamento. O sortimen-

to é composto de um mix com cerca de 8 mil itens, que podem ser adquiridos também pelo serviço de tele vendas destinado a atender consumidores de toda a região, especialmente, clientes pessoa jurídica como transformadores, revendedores e o comércio local. Outras formas de compras na loja são o aplicativo SUPER ABC e o canal pelo Whatsapp. Clientes cadastrados têm condições diferenciadas de preços e de pagamento.



Supermercados São João inaugura 2ª loja em Santa Margarida

O Supermercados São João inaugurou sua segunda loja em Santa Margarida, dia 5 de abril. O empreendimento está situado na rua Semeão Pereira Campos, 220, Centro. A nova unidade possui 350 m², quatro checkouts e emprega 25 colaboradores diretos, oferecendo aos clientes um mix amplo de produtos, incluindo seções de açougue, padaria, hortifrúti mercearia e bebidas. Ao todo, a rede São João possui dez lojas.

ANCHIETA®
60 Anos

Há 60 anos presente nos momentos em família!

ANCHIETA®
Fubá Mimoso
1kg

ANCHIETA®
Farinha de Mandioca
1kg

ANCHIETA®
Milho para Pipoca
1kg

ANCHIETA®
PANKO
1kg

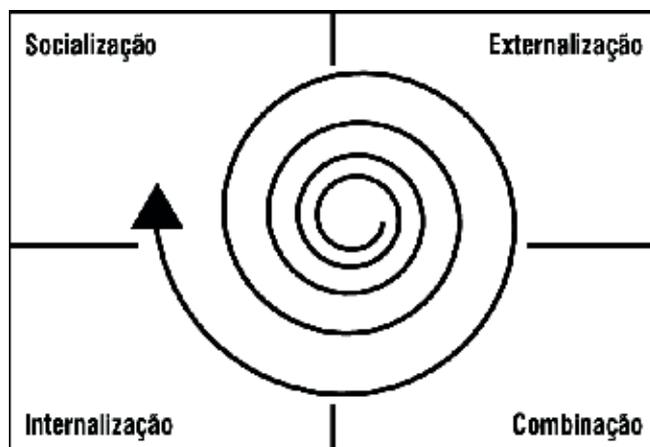


VAI IMPLEMENTAR IA NA SUA ORGANIZAÇÃO? CUIDADO

Com o crescimento do interesse em como a AI pode ser inserida no contexto do varejo, me veio à cabeça a expressão “**dislexia da informação**”, que pode ser interpretada como uma metáfora para descrever a dificuldade que as pessoas têm em processar grandes quantidades de informação, especialmente em nossa era digital, saturada de dados e gatilhos sociais.

A principal causa da dislexia da informação é frequentemente associada a diferenças na forma de como o cérebro processa a mensagem após receber o **dado** e transformá-lo em **informação, conhecimento** e em uma **ação** que traga vantagem competitiva.

Se você consegue perceber este fato na sua Organização (excesso de dados e informação e falta de conhecimento e ação), sugiro a leitura clássica do **processo de criação do conhecimento** denominado de **SECI**¹, que representa dife-



rentes tipos de conversão de conhecimento: **Socialização, Externalização, Combinação e Internalização**.

Socialização (S): É a transferência de conhecimento **tácito**² para **tácito**, onde as experiências são compartilhadas através da observação e da prática, sem o uso de linguagem escrita ou falada.

Externalização (E): Onde o conhecimento **tácito** é convertido em conhecimento **explícito**³, geralmente através de metáforas, analogias, conceitos, hipóteses ou modelos.

Combinação (C): Nesta fase, diferentes tipos de conhecimento **explícito** são combinados, sistematizados e processados para criar conhecimentos **explícitos**.

Internalização (I): O conhecimento **explícito** é transformado em conhecimento **tácito**, geralmente por meio da aprendizagem, da ação, onde o conhecimento é internalizado pelos indivíduos.

Este modelo é representado por uma **espiral do conhecimento**⁴, indicando que o **processo de criação do conhecimento** é contínuo e dinâmico, com cada fase alimentando a próxima e sendo alimentada pela anterior, permitindo assim a evolução do conhecimento dentro da Organização.

Para ter sucesso na implementação de AI, precisamos ter **processos bem estruturados, modelados** e com **dados consistentes**, que façam sentido para as pessoas capacitadas na Organização para interpretá-los dentro do contexto.

Só assim será possível modelar os algoritmos de AI (*machine learning*) diante o universo de dados e informação em uma Organização, em busca da vantagem competitiva para a sua Organização.

1 Este processo foi desenvolvido por Nonaka e Takeuchi (2008), sendo este um modelo de quatro fases, em que descreve como o conhecimento é transferido e transformado dentro das Organizações.

2 Conhecimento tácito é aquele que a pessoa adquiriu ao longo da vida, pela experiência.

3 Conhecimento explícito é o baseado em regras, onde o conhecimento que já foi ou pode ser articulado, codificado e armazenado de alguma forma.

4 A Espiral do Conhecimento é uma aplicação de modelo de negócios que tem como objetivo estimular a absorção e transferência de saberes entre os colaboradores, visando potencializar a Gestão de Conhecimento.

ELEVE SEU POTENCIAL

com a  **escola**
AMIS

ACESSE O QR CODE E CONFIRA
A AGENDA DE MAIO:



AMIS
Associação Mineira de Supermercados



VALORES,
INFORMAÇÕES
E INSCRIÇÕES:
(31) 2122-0500
(31) 98435-3010





A Reforma Trabalhista e o acerto rescisório:

PRINCIPAIS MUDANÇAS

Quando o contrato de trabalho é extinto, seja por iniciativa do empregado, seja por iniciativa do patrão, o trabalhador tem direito a receber suas verbas rescisórias, que são os valores decorrentes da própria rescisão contratual.

E além do pagamento das parcelas rescisórias, a empresa deve também fornecer ao empregado desligado documentos que lhe permitam movimentar a conta do FGTS para saque do montante ali depositado, bem como guias para habilitação junto ao seguro-desemprego, se for o caso. Em síntese, o empregador deve fazer a comunicação da extinção do contrato de trabalho aos órgãos competentes para os devidos fins.

E as novidades trazidas pela Reforma Trabalhista (Lei 13.467/2017) a respeito dessa matéria referem-se à uniformização do prazo para a realização do acerto rescisório e também acerca das obrigações que devem ser cumpridas pelo patrão dentro desse mesmo prazo.

Até novembro de 2017 (época em a Reforma Trabalhista iniciou sua vigência), o prazo para realização do acerto rescisório dependia da modalidade do aviso prévio concedido, se indenizado (o prazo seria de 10 dias) ou se trabalhado (o prazo seria até o primeiro dia útil imediato ao término do contrato).

Atualmente, com a entrada em vigor da Reforma Trabalhista, o prazo para o patrão realizar o acerto rescisório foi unificado e será sempre de 10 dias contados a partir do término do contrato.

E outra modificação de grande impacto introduzida na legislação diz respeito às obrigações que devem ser cumpridas pela empresa no já noticiado prazo de 10 dias para acerto da rescisão.

Antes da Reforma Trabalhista, o pagamento das parcelas rescisórias fixadas no instrumento de rescisão (TRCT) deveria ocorrer no prazo determinado na lei, mas o fornecimento das guias para saque de FGTS e habilitação do trabalhador no programa do seguro-desemprego poderia ocorrer em momento posterior, sem que isso implicasse em atraso por parte da empresa e sua respectiva penalização (a CLT estabelece uma multa correspondente a um salário do empregado caso o empregador não faça ou atrase a realização do acerto rescisório).

Ou seja: o que deveria ser feito observando o prazo definido em lei era o pagamento das verbas rescisórias (interpretação restritiva do conceito de acerto rescisório), podendo as guias relacionadas ao saque de FGTS e seguro-desemprego serem entregues posteriormente, sem qualquer punição ao empregador.

Contudo, na atualidade, há uma compreensão de que o acerto rescisório é um ato complexo, que contempla não apenas o pagamento dos valores decorrentes da extinção contratual, mas também o cumprimento de todas as obrigações de fazer decorrentes do término do contrato, entre elas o fornecimento dos documentos e guias já mencionados. É o que determina a nova redação do artigo 477, § 6º da CLT: “A entrega ao empregado de documentos que comprovem a comunicação da extinção contratual aos órgãos competentes bem como o pagamento dos valores constantes do instrumento de rescisão ou recibo de quitação deverão ser efetuados até dez dias contados a partir do término do contrato”.

Aliás, sobre a temática, o Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região (jurisdição no estado de Minas Gerais) já se posicionou da seguinte maneira: “Para as rescisões ocorridas a partir de 11/11/17, segundo a nova redação do art. 477, § 6º, da CLT, passou a ser necessária a realização de dois atos no prazo de 10 dias: o pagamento das verbas rescisórias e a entrega ao empregado dos documentos comprobatórios da comunicação da extinção contratual aos órgãos competentes. Descumprido qualquer um desses requisitos, passou a ser aplicável a multa do § 8º do mesmo dispositivo. A Súmula regional nº 48 encontra-se desatualizada”. (TRT 3ª Região, Processo 0010994-58.2019.5.03.0052, Rel. Desembargadora Maria Laura Franco de Lima Faria, Data de Julgamento 22/10/2019).

Portanto, com a nova redação dada pela Reforma Trabalhista ao artigo 477, § 6º da CLT, o empregador deve cumprir as obrigações de pagar e as obrigações de fazer decorrentes da rescisão do contrato de trabalho respeitando sempre o prazo de 10 dias estabelecido em lei, sob pena de incorrer na multa prevista para as hipóteses de atraso na rescisão trabalhista.

* Presidente da Comissão de Apoio Jurídico às Micro e Pequenas Empresas da OAB/MG

QUER POTENCIALIZAR SUA PRESENÇA DA SUPERMINAS?

Adquira já seu pacote de
anúncios para as edições 332,
333 e 334, e faça parte da
cobertura completa deste evento
que promete ser histórico!

FALE COM O NOSSO COMERCIAL:



RENATA ABREU



31 98419-7024



AMIS
Associação Mineira de Supermercados



**EXPERIÊNCIA
DO CLIENTE**

"Até aqui nos
ajudou o Senhor"
1 Sm 7:12b



BORA TURBINAR A CATEGORIA!



Com um extenso mix, diversidade de produtos, marcas, sabores e gramaturas, a **Gulozitos rentabiliza** os resultados nas categorias de snacks e geladinho, ao mesmo tempo proporciona uma **experiência atrativa** aos consumidores. O resultado disso são SKUs de alto desempenho, impulsionando os negócios de todos os envolvidos. **Vem ser parceiro!**

GULÃO

GULA
Chips

GULOSSAURO

Gulozinhos

GULA sticks

Gula
SKIN

GELADINHO
Gulafruits