

GÔNDOLA 30 ANOS

INFORMANDO E INSPIRANDO

OCTUBRO 2024



SUPERMINAS 2024



SUPERMERCADOS, ORGULHO DE PERTENCER

Inspirada pelo tema da AMIS em 2025, "Supermercados: orgulho de pertencer", GÔNDOLA traz para você histórias de pessoas que chegaram ainda muito jovens para atuar nos supermercados e, com seu trabalho, crescimento profissional e desenvolvimento pessoal, nunca mais saíram. Construíram uma brilhante trajetória de sucesso e orgulho de pertencimento a um setor tão essencial.

e mais:

ENTREVISTA EXCLUSIVA – RONO NEVES, PRESIDENTE DA REDE MART MINAS: A EXPERIÊNCIA DOS ÚLTIMOS 30 ANOS DO VAREJO E O QUE PREVER PARA OS PRÓXIMOS 30

SÉRIE "SOTAQUE MINEIRO" – DEZENAS DE CARAVANAS DE TODAS AS REGIÕES DE MG MARCAM PRESENÇA NA SUPERMINAS 2024

EM SINTONIA COM O MERCADO – HO, HO, HO, O NATAL PROMETE. PREPARE SUA LOJA!

**NÃO PODE
FALTAR
NA SUA LOJA**

**SIM,
TEM UM
AZULIM
PRA CADA TIPO
DE PISO**



A CERVEJA THEREZÓPOLIS ACABA DE SER PREMIADA NO WORLD BEER AWARDS.

Foram 3 estilos reconhecidos
em um dos concursos cervejeiros
mais renomados do mundo.



CERVEJA ESPECIAL

Therezópolis

Medalha
de PRATA
no World
Beer Awards



Medalha
de OURO
no World
Beer Awards



Medalha
de BRONZE
no World
Beer Awards



APRECIAR COM MODERAÇÃO.

SOLUÇÕES COMPLETAS PARA SUA LOJA.



Ilhas self com R290 - Propano



- ▶ Expositores remotos e com máquina acoplada;
- ▶ Gôndolas;
- ▶ Check-outs;
- ▶ Porta Paletes;
- ▶ Casas de máquinas;
- ▶ Câmaras frigoríficas.



Gôndolas e porta paletes



Check-outs e self check-outs

Conheça nossa
linha de produtos



estamos na
SUPERMINAS
Food Show 2024
Boleto 115

FAST
Gôndolas & Check-outs

 fastgondolas.com.br

VENDA MAIS, COM MELHORES RESULTADOS.



Patente Requerida

**EXTRA
VISION**

Exclusivas portas transparentes, as mais modernas e seguras do mercado



Expositores remotos



Casas de máquinas

etetrofrio.com.br

ELETRORFIO
REFRIGERAÇÃO

Imagem: Fotos: A. Rodrigues

Tramontina

apresenta soluções
exclusivas para o varejo
supermercadista na
SuperMinas!

Marca promove
**Festival de
Frigideiras** como
atração principal



Pelo segundo ano consecutivo, a Tramontina participa da feira Super Minas, que acontece de 22 a 24 de outubro, em Belo Horizonte (MG). Na edição deste ano, o evento tem como foco inovação, sustentabilidade e novas tendências do mercado supermercadista. Pensando nos aspectos de tendências do mercado, a marca apresentará, logo na entrada da feira, o 'Festival de Frigideiras', uma ação consolidada no segmento para a exposição de produtos, além de ativações no estande.

A Tramontina se consolida como líder em três categorias:

- 1º Lugar na Categoria Bazar
- 1º Lugar Brasil Talheres
- 1º Lugar Brasil Frigideiras & Panelas

SAIBA MAIS
sobre a nossa
participação na feira.



Ranking exclusivo da Scantech traz as 5 marcas mais compradas pelos consumidores no autoserviço, em mais de 200 categorias de produtos.

TROFÉU
GENTE
NOSSA
FORNECEDOR 2024

FESTIVAL DE FRIGIDEIRAS

a Frigideira certa faz toda diferença



Você e a Tramontina
têm um encontro marcado na
Super Minas 2024!

Endereço 36, Avenida C – Esquina com Rua 3.



PARA UM ATENDIMENTO
personalizado, entre em
contato conosco.



TRAMONTINA

parceria para fazer bem feito



EMPRESAS.TRAMONTINA.COM.BR



/TRAMONTINA



/TRAMONTINA



/TRAMONTINA



@TRAMONTINAOFICIAL



/TRAMONTINA



@TRAMONTINAOFICIAL



A MARCA Nº1 EM VENDAS NA CATEGORIA DE
PÃO DE QUEIJO E WAFFLE NO BRASIL!



RECEITAS CASEIRAS
E MUITA
PAIXÃO

☎ 0800 725 0808 • 📱 @FORNODEMINAS

SE TEM



TODO MUNDO VEM.

SÓ MCCAIN TEM
A FAMÍLIA COMPLETA
PARA A SUA AIRFRYER!

cortes
NOVOS
exclusivos





30 anos!

Muitos leitores assíduos, depois de lerem esta edição, poderiam imaginar que a capa de GÔNDOLA 333 deveria ter sido dedicada ao aniversário dos 30 anos da Revista, ou à Superminas, ou à excelente entrevista que fizemos com o Rono Neves, presidente da rede Mart Minas & Dom Atacadista na série "30+30". Mas não. Quem ganhou a capa foi o Tema AMIS 2025, que é dedicado às centenas de milhares de pessoas que atuam no setor supermercadista mineiro – "Supermercado: Orgulho de Pertencer". Assim como eu, que atuo há vários anos diretamente no setor como jornalista especializado, há centenas de milhares de pessoas dedicadas a essa atividade de abastecer, a começar pelos colaboradores das lojas supermercadistas de Minas, responsáveis por atender 20,5 milhões de pessoas. Confira a reportagem e veja histórias interessantes de vidas dedicadas ao setor que trouxemos para você. Nem por isso, deixe de ver o nosso presente de aniversário de 30 anos da revista, que é a entrevista que fizemos com o Rono Neves, um talento que nos fala sobre esses últimos 30 anos do varejo e nos aponta para os futuros 30 anos. Porém, se ainda não está contente, temos nada menos que 70 páginas dedicadas à Superminas 2024, incluindo a programação detalhada das palestras e uma preciosa lista de lançamentos que estarão presentes na feira de negócios do evento. Estava me esquecendo do Papai Noel! Ele está presente nessa edição para lembrar que o Natal 2024 promete vendas maiores que às do de 2023 e que ainda há tempo para se preparar. Encontre oportunidade também para os artigos e as notas desta edição histórica: saiba que a primeira edição de GÔNDOLA circulou exatamente na Superminas 1994 e que estamos aqui na de 2024 preparados para, pelo menos, mais 30 anos!

Muito obrigado por ser nosso leitor!
Boa leitura!

Giovanni Peres
Editor

SUMÁRIO



REPORTAGEM DE CAPA

Supermercados,
orgulho de pertencer

36

14

ENTREVISTA EXCLUSIVA

Conversamos com o Rono Neves, Presidente da rede Mart Minas & Dom Atacadista

30

NATAL

Papai Noel está chegando e um pouco mais gordo

44

SUPERMINAS 2024

Aproveite ao máximo o megaevento com as dicas de GÔNDOLA

66

SÉRIE SOTAQUE MINEIRO

Estamos acompanhando as caravanas presentes na Superminas 2024

70

SUPERMINAS LANÇAMENTOS

Conheça alguns anunciantes de GÔNDOLA presentes na Superminas

116

GÔNDOLA 30 ANOS

Comemore conosco esta grande conquista

120

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

A mercearia de alto giro merece também a sua atenção

119 ARTIGO VANNUCCI

130 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 Superosso), 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 **Gerente 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)**



11° Fórum mineiro

DE GESTÃO DE PESSOAS DO
SETOR SUPERMERCADISTA

**Sede AMIS - Av. Barão
Homem de Melo, 2.200,
Estoril, Belo Horizonte.**

**13 de Novembro,
das 8h30 às 17h30.**

**Um ciclo de palestras impactantes com assuntos
relevantes para os especialistas do setor
Supermercadista e Gestão de Pessoas!**

**Mas atenção: as vagas são limitadas.
Programa-se e participe!**

**Se inscreva pelo site da AMIS:
amis.org.br**



AMIS
Associação Mineira de Supermercados



**EXPERIÊNCIA
DO CLIENTE**



BEM-VINDAS E BEM-VINDOS



Alexandre Poni
Presidente do Conselho
Diretor da AMIS

A Superminas 2024 promete ser uma das melhores de todos os tempos e, diga-se de passagem, já estamos na 36ª. edição desse megaevento. São 3 dias de conhecimento, relacionamento e negócios que fazem a diferença para todos que participam.

Parabéns aos supermercadistas do interior de Minas, da Capital e de diversos estados, que sempre nos honram com sua presença – em especial aos nossos 71 vice-presidentes regionais (VPRs), representando todas as regiões de Minas e participando também da Superminas.

Essas lideranças trazem para a entidade a força do interior do Estado, que é imensa e vem se somar à dos colegas da Capital e Região Metropolitana. São todos vocês, juntos, os responsáveis pelo sucesso da Superminas. Graças a vocês e ao apoio de nossos patrocinadores e expositores, a quem agradeço em nome dos supermercadistas mineiros, vivemos mais uma Superminas que entrará para a história.

Próximo de 600 empresas fornecedoras estão presentes na feira de negócios da Superminas, nos pavilhões Minas e Gerais, e no Pavilhão Vem de Minas. Todos os espaços do Expominas foram ocupados, ou seja, o limite do nosso centro de convenções, mais uma vez, foi alcançado.

Os negócios devem superar R\$ 2,5 bilhões. Nestes três dias, vamos receber cerca de 60 mil pessoas. São números que espelham a dimensão do setor em Minas, o segundo maior mercado supermercadista do País, com um faturamento de R\$ 87 bilhões. Estamos presentes em todos os municípios de Minas. Garantimos o abastecimento de produtos essenciais para a vida das pessoas. Os associados da AMIS representam 95% das vendas de todo o Estado.

Nossa associação tem como missão defender, apoiar e desenvolver o setor. Um megaevento como a Superminas é exemplo desse esforço incansável de nossa Associação. Para você, que não pôde vir à Superminas 2024, já anote em sua agenda que em outubro de 2025, no Expominas, em Belo Horizonte, uma excepcional oportunidade para sua vida pessoal e profissional estará à sua disposição novamente e, desta vez, você não vai perdê-la.

Conte sempre com a AMIS!

Nossa nova linha de produtos está Super Incrível!

Visite nosso stand e conheça essa novidade! Seja o primeiro a conhecer a nova linha Liga Perfa. Uma novidade da Perfa que vai surpreender você!

Local: Primeiro stand logo na entrada do Espaço principal GERAIS



TALENTO, OUSADIA, CORAGEM PARA EMPREENDER E MUITO TRABALHO

Para abrir a série especial de entrevistas em comemoração aos 30 anos de GÔNDOLA, a “30+30”, trazemos um presente de aniversário para os nossos leitores. Trata-se de um entrevistado que raramente concede entrevistas e que é uma referência do setor por sempre antecipar tendências e empreender como poucos. Seu currículo inclui sucessos como a rede Mineirão, o EPA e atualmente a maior rede de atacarejo de Minas Gerais e destaque no País, Mart Minas & Dom Atacadista. Estamos falando de Rono Neves, pessoa de grande carisma e atenção com os amigos, a quem tenho a honra de conhecer desde os tempos em que ele ainda “trabalhava de pasta, vendendo arroz”, como diz na entrevista. Convido você, leitor, a ouvir quem fez e faz história e que nos aponta o futuro. Exemplo de talento, ousadia e coragem para empreender. E de muito trabalho. É ele quem puxa a fila de grandes nomes do varejo que vamos entrevistar a cada edição até o aniversário de 31 anos, em setembro de 2025.

Giovanni Peres



Rono Neves, Presidente da rede Mart Minas & Dom Atacadista



Vista lateral de uma das mais recentes inaugurações da rede, a unidade Mart Minas de Betim, cidade da RMBH. Na mesma imagem, o estacionamento lotado e, ao fundo, a Via Expressa, que liga as cidades de Belo Horizonte, Contagem e Betim

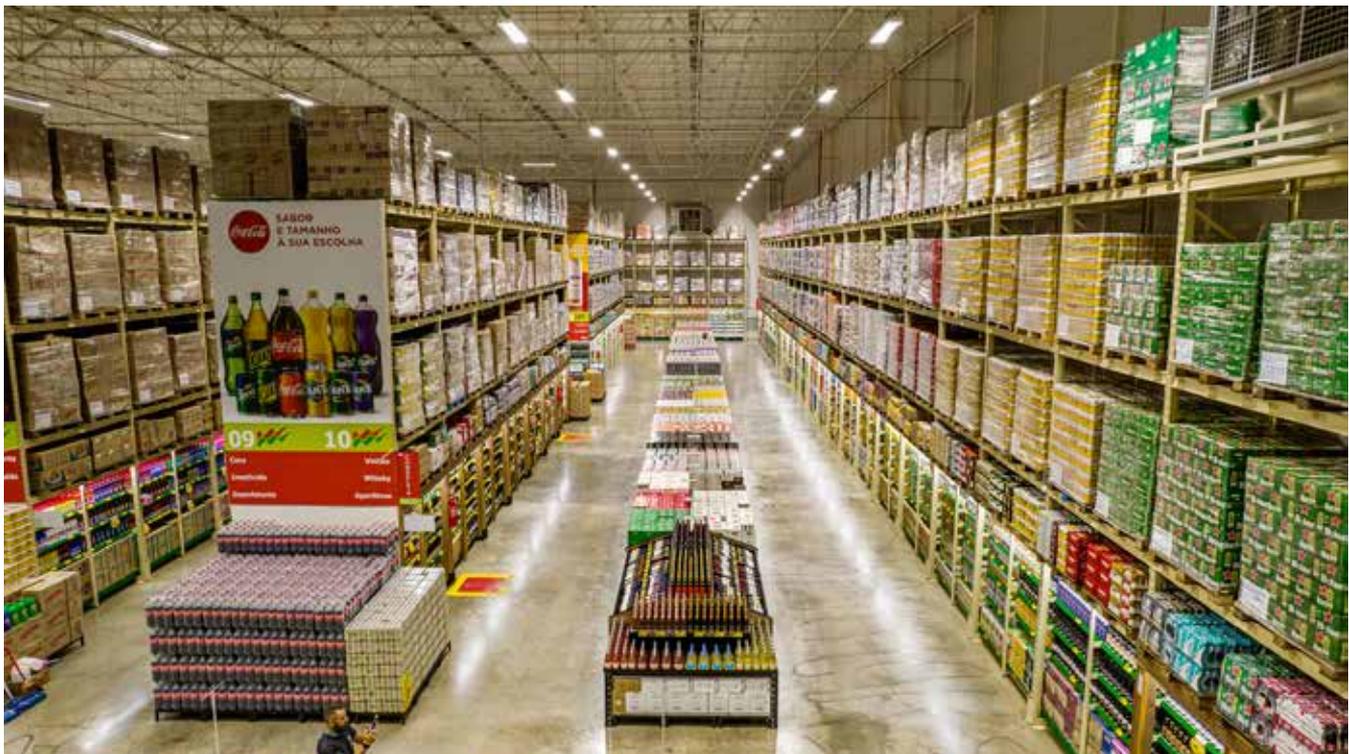
GÔNDOLA – A revista GÔNDOLA foi criada em setembro de 1994, ou seja, três meses depois da implantação do Plano Real. Para você, que já atuava no setor bem antes disso, o que pode nos dizer sobre os primeiros momentos da implantação do Plano Real nos supermercados?

Rono Neves – Para falar da implantação do Real, tenho que lembrar de quando comecei como supermercadista, em 1987, pois bem antes de implantar o Plano Real tivemos vários momentos diferentes da economia do Brasil e várias tentativas de planos de controle de inflação. Tivemos o prazer e o desprazer de viver momentos históricos em uma economia que chegou a ter uma inflação do 80% ao mês. Você remarcaria preço 3 ou 4 vezes ao dia. Ou era o *overnight*, as aplicações. O brasileiro deixava de comprar uma marmitta para aplicar o dinheiro à noite e, no outro dia, ele estar valendo um pouquinho mais. Até surgir o Real, tivemos aquele plano do Color de Mello, que veio com a troca da moeda, o bloqueio do dinheiro, a liberação de 50 mil por pessoa. Já o Real foi muito melhor preparado e estruturado. Começou com a Unidade Real de Valor, a URV, para trazer estabilidade ao mercado.



Saímos de uma inflação alta para uma estabilidade econômica, com a URV. Foi uma época boa para o supermercado, porque você precificava para o futuro. Na segunda etapa, quando a estabilidade já estava próxima, é que a moeda, o Real, entrou em vigor, muito forte, que ficou assim por muitos anos. Foi um plano bem pensado e muito bem implantado. E estamos com o Real até hoje. Pena que tivemos alguns governos que tiveram o

Acima, consumidores em plena atividade em uma das lojas da rede



A rede Mart Minas possui 63 lojas em Minas Gerais, além de 21 lojas no Rio de Janeiro com a bandeira Dom Atacadista, rede da qual é sócia

desgoverno de permitir alguns momentos de inflação no Brasil depois. Mas na época da implantação éramos "ricos", porque um dólar chegou a valer 80 centavos de Real.

GÔNDOLA – Nesta época você já tinha sua rede de supermercados?

Rono – Sim, a rede Mineirão. Ela é de 1987. E com o Real vivemos alguns momentos de ouro. Alguns queriam sair do setor e viemos adquirindo algumas empresas. Por exemplo, tinha a rede de lojas KIT, do Paulo Ribeiro Nunes. Ele queria sair do setor. Não acreditava em lojas pequenas. A maior rede da época era o EPA, que não acreditava no nosso trabalho. Nós fomos construindo e crescendo a empresa, sempre com lojas de vizinhança. Sempre acreditamos em estar próximos do consumidor. A gente tinha o *slogan* "mais perto, mais barato". Necessariamente, o nosso preço não era mais barato do que o de uma loja mais distante, mas a pessoa, comprando perto de casa, tinha mais tempo com a família. Em cada esquina tinha uma loja. Você não precisava usar carro, nem nada;

ganhava tempo e dinheiro. O *show* da época, antes de o Real se consolidar, era o Carrefour de Contagem. O pessoal "fazia Carrefour", que era um tipo de loja grande, longe e que demorava.

GÔNDOLA – Mas como aconteceu a aquisição do KIT em um momento de grandes mudanças na economia e no setor?

Rono – Mesmo com o crescimento do Mineirão, o EPA não acreditava na gente. O presidente do EPA na época, o Levy Nogueira, viajou para um evento no exterior, e o nosso sócio no Mineirão, o Vicente Bretz, que estava em negociação com o Paulo Ribeiro Nunes para a compra do KIT, conseguiu realizar o negócio com o apoio do Amador Ferreira Lúcio e do Sr. José Gazire, que nos deram aval de palavra junto ao Sr. Paulo, dizendo para ele que poderia vender a empresa para nós que iríamos pagar. E o Sr. Paulo assim o fez. Quando o EPA assustou, já tínhamos comprado o KIT. Aí, ficamos sendo os "meninos do Mineirão". Quisera Deus voltar tudo ao passado e ser os "meninos do Mineirão" novamente.

Há 23 anos

transformando qualidade em confiança!

Fundada em 2001, a Produtos Marina começou com apenas dois produtos: Água Sanitária e Cloro.

Hoje, estamos presentes em mais de 4000 pontos de venda, atendendo mais de 400 cidades em Minas Gerais, Espírito Santo e Rio de Janeiro.

Também fabricamos marcas próprias para grandes redes varejistas brasileiras. Com investimentos contínuos em profissionais capacitados e tecnologia de ponta, garantimos uma experiência completa e de alta qualidade aos nossos clientes.

Com um portfólio diversificado de mais de 180 produtos, nossa missão é sempre buscar praticidade, qualidade e inovação.

Nossos números são reflexo de parcerias sólidas e do compromisso com o bem-estar e a satisfação dos clientes. Produtos Marina é sinônimo de inovação e confiança.



Mais de 400
cidades atendidas



Mais de 4000
pontos de venda*



Frota própria
de caminhões*



180 SKUs diversificados
para suas necessidades



GÔNDOLA – Então, a empresa de vocês se adaptou com rapidez ao Real e continuou a crescer?

Rono – Fomos trabalhando, e trabalhando, até que em 1999 conseguimos ser a 12ª empresa do setor no Brasil. E já éramos a primeira de Minas, passando os concorrentes. Éramos uma empresa de destaque; trabalhávamos muito, fazíamos bons negócios, bem ativos, eu, o Waltinho e o Vicente. Em 1998, com a primeira grande desvalorização do Real, houve uma certa crise no setor e o Carrefour começou sua expansão no Brasil. De modo geral, as multinacionais começaram a comprar as redes menores. O Carrefour comprou várias em São Paulo e depois veio para Minas. E aqui fizeram a proposta de comprar a rede Mineirão, a rede maior que tinha em Minas.

"O supermercadista brasileiro é muito experiente em relação aos desafios do país"

GÔNDOLA – Como se deu essa venda?

Rono – Fizemos a proposta e vendemos para eles. Entregamos a empresa em julho de 1999. Ao vendermos a empresa para eles, o EPA ficou sendo de novo o maior de setor. A gente tinha ficado de fazer umas lojas para eles, mas resolveram cancelar o acordo de receber algumas lojas e também a cláusula de não competição. Então pudemos voltar ao mercado e fizemos a proposta de compra do EPA. Era a nossa entrada no século 21.

GÔNDOLA – O Real já tinha 6 anos de vida.

Rono – O supermercadista brasileiro é muito experiente em relação aos desafios do país. Tem a vantagem de conseguir dormir com 80% de inflação,

amanhecer com 0%, chegar à tarde com 10% e à noite com 15%. Isso é uma coisa a que o brasileiro se adaptou bem pelos anos de altos e baixos da economia brasileira. O que uma multinacional não conseguiu. Compraram muitas empresas e patinaram muito no país. E nós fomos muito bem-sucedidos em comprar o EPA, e crescemos muito a empresa. Nos anos em que eu estava lá dentro do EPA, até 2010, fui sócio com o Waltinho e o Vicente lá. A gente tinha um bom desempenho no mercado mineiro. Em paralelo, veio surgindo um menino, devagarzinho, quietinho, que são as lojas do Supermercados BH. É uma história bonita, de ver e de contar.

GÔNDOLA – Nós vamos convidar o Pedrinho para participar desta série especial.

Rono – Ele terá prazer em contar, porque a história dele é muito bonita. Começou pequeno, foi crescendo, e era mais um em quem ninguém acreditava, e virou gigante no Brasil, hoje.

GÔNDOLA – Então, vejo que após a estabilidade da moeda e o controle da inflação, a loja de vizinhança mostrou sua força como formato de operação, seja com o EPA, de vocês, e o BH, entre outras importantes redes.

Rono – O que vou dizer a você é que em meados dos anos 90, mesmo com o Real, muita gente estava desacreditando nas lojas de vizinhança, aquela que estava perto do consumidor. Grandes empresas, inclusive o EPA, achavam que o bom era ter hipermercado. Tinha o Viabrasil, tinha o Carrefour, tinha o Extra, que eram um *show*. E era mesmo, porque traziam produtos que realmente não tinha no Brasil. Qual era a novidade? Comprar tudo em um lugar só. Alimentos, linha branca, roupa, calçado, televisão. Tudo o que você queria. O brasileiro não estava acostumado. O Brasil era, no início da década de 90, uma economia muito fechada. Quem abriu o Brasil foi o Collor de Mello. Aí é que começamos a ter acesso ao mundo. O Brasil nunca lançou tanto produto no mercado brasileiro como no início da década de 90. Então, começamos a disputar de igual para igual no mundo. Em variedade, em qualidade, em *mix*. É algo que começou naquela época e que persiste até hoje. As lojas

As marcas que você adora
e confia, brilhando
na sua gôndola.



f / usebob
i / bob.cvg

47 3646 1000



www.cvg.ind.br

f / usetenderly
i / tenderly.cvg

nossas, de lá para cá, evoluíram muito. Viajo muito, como outros colegas do setor, e digo: o Brasil tem lojas muito mais bonitas que as de muitos países do mundo. Eles precisam vir aqui para aprender com a gente. Temos algumas maravilhosas, verdadeiras lojas *boutique*. *Mix* maravilhoso.

GÔNDOLA – Mas voltando a marcos interessantes dos últimos 30 anos, fale um pouco sobre as dificuldades do formato hipermercado a partir do crescimento das lojas de vizinhança.

Rono – Voltando a falar do hipermercado, o que foi o principal responsável pela queda do modelo, não foi só a venda de alimentos nas lojas de vizinhança, pois eles continuam vendendo até hoje; foi a concorrência forte que passaram a so-

GÔNDOLA – Não podemos nos esquecer do atacarejo.

Rono – Já vinha surgindo também, ainda nos anos 90, o modelo atacarejo, que nasceu com o Atacadão, em São Paulo, e veio crescendo esse modelo pelo Brasil a fora. Em meados de 90 a gente já vê o começo do atacarejo convivendo paralelamente com outros tipos de negócio. É um período muito interessante, com vários formatos convivendo: padaria, mercearia, loja de conveniência, mercadinho de proximidade, empórios, supermercados, hipermercados e atacarejo. O hipermercado foi perdendo força, a loja de conveniência marcando território e o atacarejo “comendo pelas beiradas”, sem ninguém ver. Ou seja, o hipermercado ficou cercado. Mais posteriormente, as lojas de linha branca e eletro viriam sofrer o impacto do *e-commerce*, a venda por internet, de 2010 para cá.

GÔNDOLA – Por falar em e-commerce...

Rono – De 2010 para cá, começou a crescer a escala de venda do *e-commerce*, e acho que ainda vai crescer mais na linha branca, eletrodomésticos, roupa, sapato, prego, martelo, etc. Você não precisa sair de casa. Vai na plataforma de *e-commerce* e encontra lá com preço bom e entrega rápida. Mercado Livre, Magalu, Shopee, Ali Baba, têm tudo com fatura e entregam na sua casa, e rápido.

GÔNDOLA – Agora fale, por favor, sobre sua passagem da operação de supermercado para a de atacarejo.

Rono – Em 2010, saí do supermercado porque acreditei no futuro do atacarejo. Já não estava muito confortável dentro do EPA, pelo modelo de negócio; fiz um acerto com meus sócios, eles compraram a minha parte e saí do negócio. Seis meses depois entrei de sócio com o Murilo Martins no Mart Minas. Acho que foi a minha “jogada de mestre” nesse momento. Foi a melhor coisa que fiz no momento, na minha vida: sair de uma sociedade em que estava insatisfeito e entrar em uma em que acreditava no negócio.

GÔNDOLA – Acredito que você enxergava um cenário que outros não conseguiam ver ou entender.

"Nossa entidade tem sido privilegiada por contar com excelentes lideranças em todos esses anos"

frer do varejo de não-alimentos. Você se lembra de vários que surgiram ou que se fortaleceram muito, tais como Casas Bahia, Magazine Luíza, Ricardo Eletro. Tinha loja em tudo que era esquina. E na primeira década do século, com o apoio do Governo Federal, o pessoal não queria saber qual era o preço do eletrodoméstico, mas o valor da prestação. Só via se aguentava pagar. Um liquidificador a R\$ 5,00 por mês, eu aguento. O preço à vista era R\$ 29,00, mas ele financiava e pagava R\$ 60,00, mas aguentava pagar. Nesse período de mudança de mercado, os hiper caíram muito. De um lado, por causa das lojas de linha branca e eletros concorrentes, e do outro pelas lojas de supermercado de vizinhança, por causa da proximidade com o consumidor.



DVL

DISTRIBUIDORA

DVL Distribuidora 35 anos, uma empresa em constante evolução, com uma nova comunicação, novas marcas e cada vez mais completa.

COMPRE PELO TELEVANDAS
31 3649-1000

OU PELO NOSSO SITE
WWW.DVL.COM.BR

BAIXE NOSSO APLICATIVO!



35 ANOS



Rono – Eu gostava sempre de volume de negócio. Acreditava em margem menor e volume grande. E o atacarejo era tudo o que eu queria. Vi nesse momento a oportunidade de experimentar um outro modelo de negócio. E foi em um momento bom, em que esse formato começava a pegar corpo. Somente a partir de 2018 é que as grandes redes de supermercados começaram de fato a querer vir também para o setor. Antes falavam: “não vou entrar, não quero”. Hoje, estão que abrem loja. Só que cada um tem o seu jeito, o seu DNA. Hoje, temos empresas muito bem respeitadas em Minas Gerais em atacarejo, como é o caso do Mart Minas, assim como temos uma muito bem respeitada em termos de supermercado, que é o BH. O BH está bem posicionado, com lojas espalhadas no estado todo. Do mesmo modo, temos lojas de atacarejo espalhadas em todas as regiões do Estado também.

GÔNDOLA – Vale lembrar que o BH, agora também com operação no Espírito Santo, e o Mart Minas no Rio de Janeiro, em ambos os casos se somando às de Minas. Em um passado mais distante, eram os cariocas que vinham para cá...CB Merci, Bon Marché...

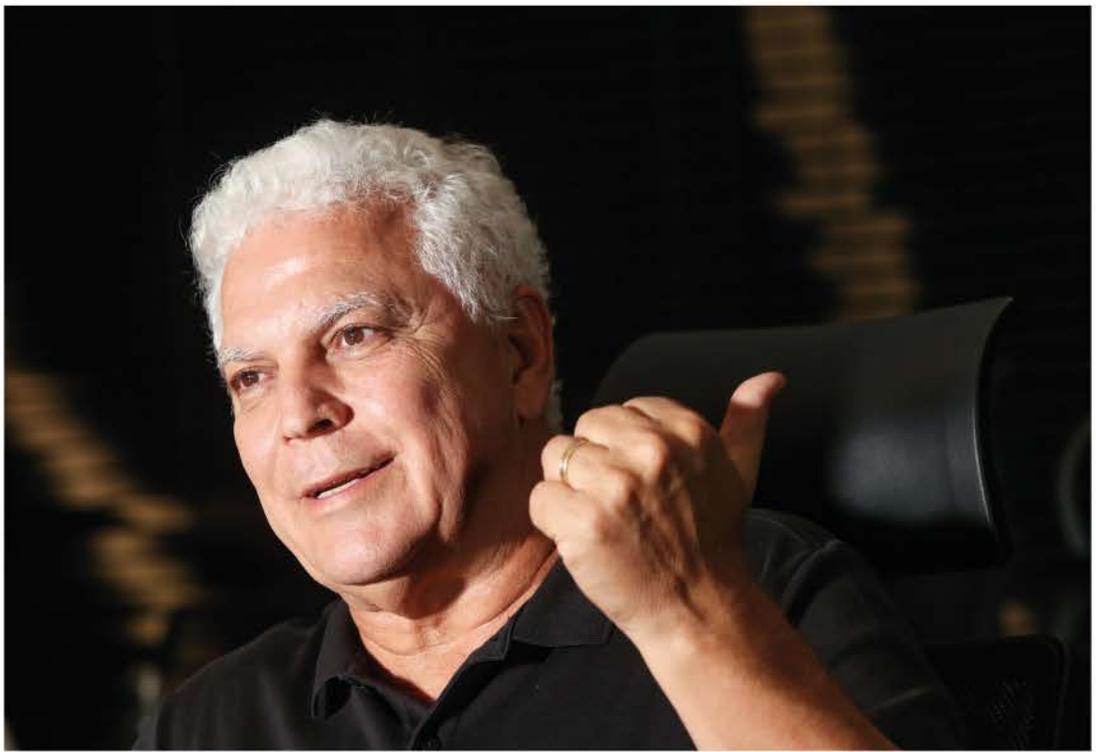
Rono – O mercado mineiro tornou-se hoje o segundo mais forte em varejo do Brasil. Nossas

empresas estão muito bem posicionadas no *ranking* nacional. Entre as 30 maiores ranqueadas na Abras, temos seis empresas mineiras. Minas representa 25% do mercado do Brasil entre as 20 maiores. É um orgulho para nós, e a responsabilidade de continuar trabalhando mais e melhor.

GÔNDOLA – E o papel da AMIS, da entidade, nessa história toda?

Rono – Muito importante mesmo. Nossa entidade tem sido privilegiada por contar com excelentes lideranças em todos esses anos. Os irmãos Levy, Gil e José Nogueira deram grande contribuição à AMIS desde os primeiros anos da entidade. O José, inclusive, exerceu vários mandatos e foi muito importante para o patamar que a AMIS alcançou. O primeiro mandato dele foi na implantação do Plano Real. Hoje temos o presidente Alexandre Poni fazendo excelentes gestões também. Frequento a AMIS desde que ela fez a primeira Superminas. Foi no centro de convenções do maior hotel de Belo Horizonte na época, o Othon Palace. A Superminas hoje está na sua 36ª edição! Ainda não era supermercadista, mas atuava no setor. Eu era representante de vendas de arroz. Ficava lá olhando, como deuses, aqueles supermercadistas que eram as redes Bandeirantes, Pag Pouco, EPA. Desde então, o contínuo crescimento da entidade. O que sempre

“O mercado mineiro tornou-se hoje o segundo mais forte em varejo do Brasil. Nossas empresas estão muito bem posicionadas no ranking nacional”, resalta Rono Neves



**MAIS DO QUE
MARCA PRÓPRIA:
UM SUCESSO
DE VENDAS!**



PRODUTOS
Gardingo

*Sua Melhor Receita
de Família!*



PRODUTOS GARDINGO,
QUALIDADE E VARIEDADE QUE ESTÃO
CONQUISTANDO MINAS GERAIS.

DISK GARDINGO
31 **3873-1407**

CONHEÇA NOSSA LINHA DE PRODUTOS
ACESSANDO O QR CODE AO LADO
OU WWW.GARDINGO.COM.BR



fez muito para o setor é a parte de informação. Ela favorece a troca de informações, a aproximação de todos. Hoje, o pequeno supermercado tem um grande apoio da Associação: treinamentos, defesa do setor. Não é mais uma pessoa sozinha e seu negócio. Temos uma entidade de nome forte que defende a categoria junto aos órgãos públicos. Temos uma entidade que é valiosa e respeitada no país todo. Quanto mais estivermos participando da AMIS, mais forte ela será. Hoje, todas as empresas de grande porte do setor estão lá, assim como todas as demais, independentemente do porte delas. Quem ganha nisso tudo é o menor, porque eles passam a estar na ponta de coisas que nós demoramos anos para chegar aonde chegamos. E eles já pegam lá na frente, o bonde andando, e bem. Esta é a uma das vantagens de se ter uma entidade forte.

"O consumidor é um andarilho. A pé, de carro e virtual. Hoje, você tem a vantagem de multicanais de venda", diz Rono Neves

GÔNDOLA – Concluindo os 30 anos e chegando aos dias de hoje: multicanais de varejo... Creio que nunca houve tantos canais.

Rono – O consumidor é um andarilho. A pé, de carro e virtual. Hoje, você tem a vantagem de multicanais de venda. Tem um canal de venda de condomínio. Igual tenho aqui na minha sala de recepção da sede do Mart Minas. O próprio vendedor compra um café, um chocolate, toma uma água, um refrigerante. Ele mesmo se serve e paga. Não tem ninguém para vender e controlar. A padaria, as lojas pequenas de vizinhança de grande proximidade, as lojas de supermercados de vizinhança, os atacarejos e muito mais. Sobre o atacarejo, nestes últimos anos, acho que é o destaque entre os canais. Um dia foi muito desacreditado e hoje é o maior do varejo distribuidor. Ele é maior que o setor de supermercados, hoje, em venda. O atacarejo passou o supermercado. É um setor novo, em fase de amadurecimento ainda.

GÔNDOLA – Como assim?

Rono – Quando foi criado, nasceu com menos serviço e tudo transformado em preço para o



consumidor. Hoje, você tem ainda os atacarejos de raiz, como o Mart Minas, mas também tem muitos que são mutantes. Tem atacarejo que faz fatiamento de carne, fatiamento de frios, processamento de legumes, bebidas com *sommelier*, padaria enorme. Ele não sabe o que é. Não é supermercado, não é atacado, não é atacarejo. Está em algum lugar indefinido. Isto mostra que é uma categoria que está em formação. Ela não está madura o suficiente, mas uma coisa é certa: tudo o que você agregar de serviço nele, você perde a competitividade de preço. Porque é do couro que sai a correia. Não tem como implantar um serviço sem colocar o custo no preço. Acredito que muito serviço em atacarejo é burrice, no bom sentido, pois quanto mais serviço você implantar, mais custo para impactar no preço.

GÔNDOLA – De fato.

Rono – Virou um supermercado diferenciado, grande. E aí vai brigar com o supermercado. E todo supermercado que cair na besteira de brigar com um atacarejo, quebra. Pois não está olhando para dentro do negócio dele. Está olhando para o que o outro está fazendo. O outro está vendendo barato, mas não dá serviço. Para vender barato, ele não pode dar serviço. E se continua com serviço e não vende barato, vai para o buraco. Acho que muitas empresas estão hoje sem olhar para o que estão fazendo. Sem olhar para dentro de casa. Outra coisa que está acontecendo, e que preocupa, é o crescente número de lojas que vem sendo abertas, seja de atacarejo ou de supermercado, no estado de Minas Gerais. É assustador. No ano passado, foram mais de 70 unidades abertas. Abre padaria, mas o que mais abre hoje é supermercado e atacarejo. Só que começa o canibalismo do canibalismo. Estava operando mal no supermercado, foi para o atacarejo achando que a salvação era o atacarejo e continuou operando mal duas vezes. Não olhou o negócio dele; olhou para o dos outros; não sabe tocar o dos outros, misturou os dois negócios. Vamos ter, nos próximos anos, várias empresas que vão fechar lojas. Não estou dizendo que vão

quebrar; estou dizendo que vão ter que adequar o negócio deles. Ou vender um tipo de operação. Ou fica no supermercado ou no atacarejo.

GÔNDOLA – Muito interessante sua avaliação desse momento que vivemos no setor de supermercados e atacarejo.

Rono – Rezar para dois santos é difícil. Colocar uma equipe comercial comprando para dois negócios completamente diferentes não é fácil. A precificação que você faz para uma loja de conveniência dentro de um *hall* de prédio é totalmente diferente daquela que se faz para uma padaria, ou para um supermercado, que é totalmente diferente daquela que se faz para um atacarejo. Totalmente diferentes. Cada uma tem um custo, um modelo de negócio. Quando você mistura tudo, sem saber o que está fazendo, é um problema.

"Hoje, você tem ainda os atacarejos de raiz, como o Mart Minas, mas também tem muitos que são mutantes"

Esta é uma mudança muito grande, acredito para os anos à frente. Acredito que vamos ver mudança de mercado, com pessoas que entraram numa área de mercado que não deveria ter entrado. Não comporta mais o número de lojas. Eu cheguei a abrir mais de 10 lojas em um ano. Hoje, estou bem ponderado, com duas ou três lojas, e vai ter ano que não vou abrir nenhuma, pois não vou abrir por abrir. Vamos pensar em aquisições futuras, sim. Talvez vá me encorpar, ficar mais forte e comprar outras empresas. É melhor para o mercado do que abrir loja. Abrir loja é um canibalismo que vai quebrar muita gente.

GÔNDOLA – Já é hora de falarmos dos próximos 30 anos. Nunca as coisas mudaram com tanta rapidez como agora. Novas gerações estão vindo por aí, inclusive.

Rono – A velocidade agora é muito grande. As mudanças de hábito, por exemplo. Embora com relação às novas gerações, há uma que se acha *expert* em tudo, superinteligente, mas está fazendo muito pouco. Só estão mantendo o que as gerações passadas deles fizeram. É muito preocupante para o futuro de qualquer país. Não sou eu que estou dizendo isso, pois não tenho toda essa capacidade. São estudiosos e especialistas que falam isso. É preocupante para uma nação ter seus futuros coordenadores, que vão fazer a gestão do país, com pouco conhecimento. É onde pode começar um retrocesso. Tem muita coisa que a gente nem acreditava que existisse um dia em termos tecnológicos, mas hoje está sendo feito por gerações anteriores.

"Daqui a 30 anos só vai fechar a porta quem quebrar, o incompetente. Nunca vai acabar uma loja de supermercado ou de atacarejo"

GÔNDOLA – Você tem acompanhado essas questões ligadas à Inteligência Artificial?

Rono – Sim. Muito. Se não houver controle do mundo hoje sobre a IA, esses jovens da nova geração estarão muito prejudicados no futuro. A IA vai acabar com muitas profissões. E a maioria não vai conseguir competir com uma minoria que terá preparo para utilizar ou conviver com a IA. Me lembro do trabalho que um dia teve a ascensorista. Hoje há elevadores mais capazes de me conduzir melhor do que eu mesmo utilizando o painel.

As máquinas estão cada vez mais inteligentes. E assim vai a tecnologia fazer com eles. Ou seja, ao invés de eles ficarem mais inteligentes para defenderem um espaço para eles amanhã, estão ficando "nem-nem". Nem estudam, nem trabalham. Só ficam em casa dependendo dos pais e achando que tudo vai cair do céu. É o que acham: viver belamente, sem produzir. Esses estão fadados a um dia de amanhã muito difícil. Não vão ter condições de entrar em um mercado competitivo.

GÔNDOLA – Mas para ter varejo, será preciso que exista quem compre e quem cuide do negócio. Quem sabe, com a ajuda da IA, a nova geração conseguirá fazer alguma coisa? Ou será que em 2054, ou seja, daqui a 30 anos, as lojas físicas de supermercado ou de atacarejo não existirão mais?

Rono – Daqui a 30 anos só vai fechar a porta quem quebrar, o incompetente. Nunca vai acabar uma loja de supermercado ou de atacarejo. Mas haverá mil e uma formas diferentes de se vender. Eu não posso nem fazer essa conta, porque tenho hoje 67 anos...Talvez não esteja mais aqui. Porém, imagino que vamos ter vários tipos de atendimentos diferenciados. Em algum lugar, o produto terá que ser fabricado. De alguma forma, vai ter que ser distribuído. E alguém vai ter que fazer chegar dentro da sua casa. Como vai ser isso, só Deus sabe. São coisas de mercado. Hoje já temos aí Amazon, Ali Baba, iFood, Mercado Livre entregando alimento dentro da sua casa.

GÔNDOLA – Mas em que proporção?

Rono – Em minoria, zero vírgula alguma coisa. Mas para falar de 30 anos para frente, vou lembrar de 30 anos atrás. Em 1994/1996 o Extra tinha vendedor na praia, tirando pedido, para fazer tele-entrega. Você saía da praia, chegava em casa, as compras já estavam lá. Todo mundo do setor falava: isso vai acabar com a loja de supermercado. Mas começou e acabou. Quando hoje você pega a tecnologia muito bonita e tal, em um país como o nosso, menos medo eu tenho. A cada ano que passa, acho que estamos distantes de ser um país de sucesso. Para conseguir chegar aos pés, ao calcanhar do

MATCH de MILHÕES

Uma oportunidade única para o seu sucesso de vendas!

LANÇA MENTOSI!

MORANGO:
SABOR TOP 1
EM IOGURTE



BALAS DE GELATINA:
LÍDER DE MERCADO
EM CONFEITOS

Difícil mesmo vai ser não se apaixonar por essa nova experiência diferenciada, pronta para despertar sensações!

PRODUTO INOVADOR

EMBALAGEM ATRATIVA

MÍDIA ONLINE E OFFLINE

CATEGORIAS LÍDERES DE MERCADO

Trevinho
Kids

  trevinhokidsbr
www.trevinhokids.com.br



Fale com a nossa
equipe comercial!



povo americano, tinha que ser uns 100 anos. Mas pensando só nos próximos 30 anos, você vê a Amazon, a Ali Baba e a Shopee sempre tentando vender alimento também. E a Amazon percebeu que as vendas de alimentos por *e-commerce* eram pequenas e passou a ter pequenas lojas físicas automatizadas, mas assim que pôde comprou uma grande rede de lojas físicas que já fazia sucesso, a Whole Foods, principalmente para ter experiência de comércio físico. Então, se lá nos EUA não acaba, vai acabar aqui? Quanto mais vou aos EUA, mais vejo a presença da loja física. O Walmart continua a abrir loja, e tem que abrir mais. Quando vou à loja do Walmart que fica perto da minha casa, em Orlando, é fila todo dia. Acho que eles precisam abrir mais umas duas ou três lá para aliviar a loja. Que mercado é esse *on-line*? Quem vai comprar minha carne sou eu. Eu é que tenho que ver meu tomate, minha maçã. Agora, um ferro elétrico, mando entregar dentro da minha casa. Uma calça, um sapato, uma geladeira, uma televisão, um piso. Mas alimento, bem-estar, não tem jeito. É na loja física. Na verdade, a gente que vai ter que estar é em todas as disputas: no *clique e retire*, no *e-commerce*, talvez na entrega rápida aliada com alguém. Temos que nos mexer. Mas acabar, esquece.

A rede Mart Minas & Dom Atacadista ocupa a 9a. posição no ranking nacional da ABRAS e a 3a. em Minas, com faturamento de R\$ 9,4 bilhões em 2023

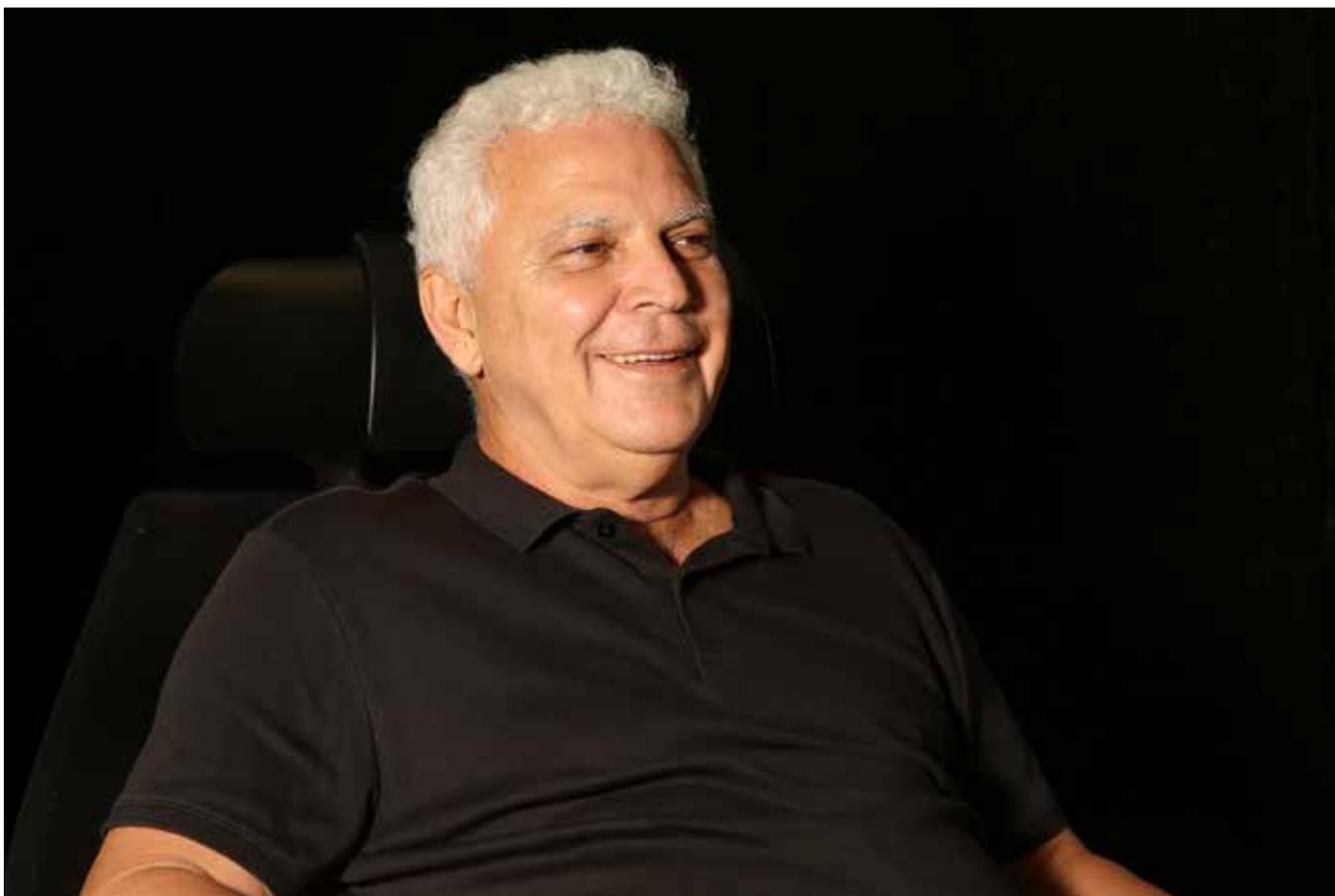
GÔNDOLA – A última pergunta é sobre o Rono Neves. Para puxar o assunto, você tem algum hobby?

Rono – Falar de mim é falar de varejo, pois a gente, que mexe com varejo, só vive trabalhando nisso o tempo todo. Comecei como vendedor, de pasta na mão, vendendo arroz, e fiz muitos amigos. Depois, entrei para supermercado, vivendo 24 horas por conta, conhecendo produtos. Como gosto do que faço, vou sempre a fundo. Conheço bem tudo o que vendo. Por exemplo, conheço bem a produção de ovos no país. Onde produz mais, onde tem a maior força, onde não tem. Qual é a hora do milho, porque sobe o custo de uma carne. Eu sei o que o Brasil está produzindo, onde produz arroz, onde produz feijão, qual a época que tem mais, a que tem menos. Qual época se toma mais banho. Estudo o consumidor o tempo inteiro. Não sei se consigo passar isso para a minha equipe.

GÔNDOLA – Como assim?

Rono – Estou nesse momento importante de passar o máximo de informação e conhecimento para a minha equipe. Estou vivendo um momento muito importante de transição. Já passei o comando geral da minha empresa para o meu filho. A partir de 2025 – isto é uma notícia de





primeira mão – vou vir de convidado na minha empresa. Quem está assumindo 100% a gestão é o Matheus, junto com o Murilo, que não sei até quando vai ficar. Estou pronto para me desligar do varejo para poder descansar. Viver um pouco mais com meus netos. Porque eu não vivi com meus filhos. Falo com eles: “Não façam o que eu fiz. Estou lhes dando uma condição de vida diferente e vocês precisam de mais sabedoria e menor mão de obra pesada como trabalhei no passado”. Trabalhei muito e dediquei poucas horas para os meus filhos. Vou curtir meus netos. Viajar com eles, ir para a fazenda.

GÔNDOLA – Você falou em fazenda. Cavalos?

Rono – Não gosto. Gosto de ir para a fazenda para curtir meu lazer. Gosto de ir para o Rio de Janeiro. Sou muito quieto. Adoro ir para Orlando e ficar em casa. Adoro cozinhar. Vou com filhos e netos para

a Disney, voltamos para casa e eu é que gosto de fazer a comida. Estou num momento diferente, do desapega. Eu sei que vou sentir. Não vou ter o compromisso de ir às feiras, mas um ou outro dia vou para ver amigos. Mas quem tem que viver o negócio são os jovens sucessores. São todos meus sócios aqui. O Matheus, que é dono, como o Thiago, que é sócio e diretor; Danilo, que é sócio e diretor; Filipe, que é sócio e diretor. Contratado, temos o Cris, que é diretor de RH. O Murilo, não sei se vai ficar muito tempo, pois também deve passar o bastão para os sobrinhos Danilo e Filipe. Esta é a constituição do nosso Grupo, que está muito bem entregue, e eles têm mais 30 anos de trabalho pela frente. Em 2054 um deles estará aqui dando entrevista. Se você, Giovanni, não estiver aqui, espero em Deus que um dos seus filhos esteja podendo exercer sua profissão. 🇧🇷

"Estou num momento diferente, do desapega.

Eu sei que vou sentir. Não vou ter o compromisso de ir às feiras, mas um ou outro dia vou para ver amigos. Mas quem tem que viver o negócio são os jovens sucessores",
revela Rono Neves

PAPAI NOEL MAIS GORDO ESTE ANO

A EXPECTATIVA É DE VENDAS MAIORES QUE EM 2023, QUE JÁ TINHA SUPERADO 2022. SE AINDA NÃO COMEÇOU A SE PREPARAR PARA A CHEGADA DO PAPAI NOEL, ACELERE.

Giovanni Peres



O Papai Noel nunca foi bom de dieta, como evidencia seu barrigão. E em 2024 parece que o bom velhinho vai chegar ainda mais gordo. Aliás, o Natal deste ano promete bons presentes para o supermercadista que se preparar adequadamente. O levantamento da Associação Mineira de Supermercados (AMIS) ainda não está concluído, mas o mais provável é que as vendas do Natal 2024 sejam superiores às do Natal 2023. Para quem não começou o planejamento mais antecipadamente, em agosto, por exemplo, o “corre” para o Natal tem que soar o alarme na empresa.

Esta não é a primeira vez que GÔNDOLA faz uma reportagem sobre Natal e nem será a última, mesmo sabendo que nossos leitores são varejistas experientes. Porém, mesmo atrasado, o supermercadista ainda pode usar sua experiência e talento e não perder uma oportunidade como as vendas de fim de ano.

É um momento bem tenso e intenso para o varejo no ano. Por outro lado, o consumidor fica um pouco menos restritivo por causa do recebimento do 13º salário e emocionado pelo clima festivo. Na lista de atividades do *shopper* estão as compras dos produtos ligados às tradições natalinas e uma boa quantidade de outros itens, pois estarão abertos a novidades. O mês de dezembro pode representar para algumas lojas



aumento de 50% nas vendas de um mês normal. Esteja preparado!

SORTIMENTO

O primeiro passo é conferir o sortimento previsto, para evitar ruptura. Ou seja, estamos falando da eficiência do setor comercial da empresa em levantar os dados dos últimos 5 anos e adaptá-los à demanda almejada no Natal deste ano e às novidades que vão agradar seus consumidores. O sortimento é feito com os produtos típicos que não podem faltar de jeito nenhum e também com aqueles que estão no dia a dia da loja, mas que nesta época têm um salto de consumo.

Por exemplo, bebidas alcóolicas e não alcóolicas e carnes ganham impulso extra no período. E nem só de copo cheio o período natalino é feito. Os presentes de última hora dão uma boa

Na página ao lado, jovem decorando a árvore de Natal da família; acima, a adega com um belo vinho rosé em primeiro plano; vista geral de movimentação intensa de consumidores, o que geralmente ocorre também no período natalino



**SURPREENDA SEUS
COLABORADORES
NA ÉPOCA MAIS
ESPECIAL DO ANO!**

Kit Festa
Rivelli®
2024



Saiba mais em:
WWW.RIVELLI.IND.BR

Se tem festa tem
Rivelli[®]

SUCESSO DE VENDAS
NO NATAL

NOS MELHORES
SUPERMERCADOS
DE MINAS GERAIS

GENUINAMENTE
MINEIRA



FRANGO TEMPERADO CONGELADO (MOELA E FÍGADO)
COM MÁXIMO 0,20% DE SOLUÇÃO (ÁGUA, CONDIMENTOS E ADITIVOS)
Contém alguns ingredientes naturais.

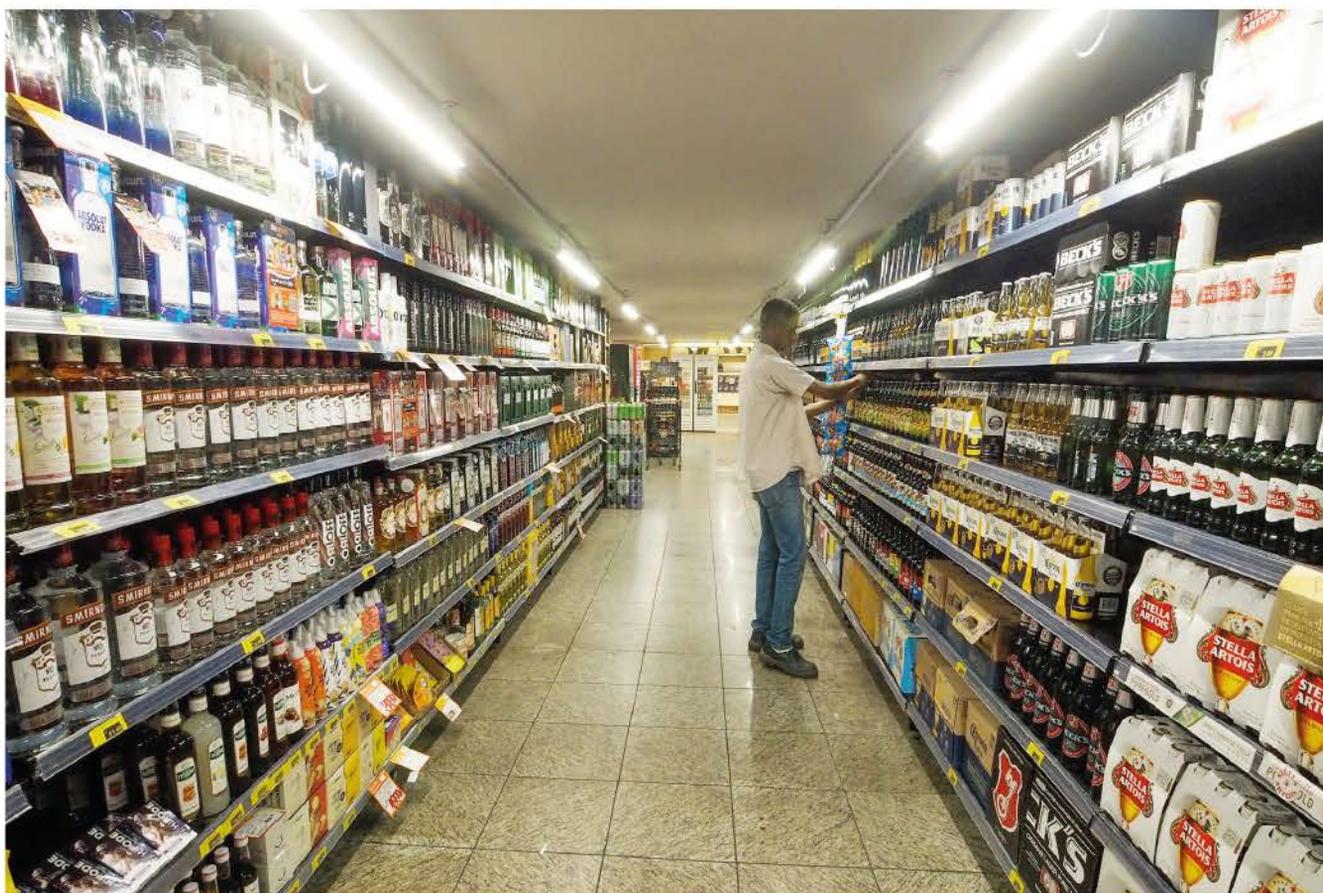


força para o bazar da sua loja, assim como os itens de beleza e higiene pessoal, chocolates e brinquedos se transformam nas “lembrancinhas”.

Por falar em “lembrancinhas”, não se esqueça de estar pronto para ajudar o consumidor que precisa organizar, de última hora, a festa de Natal da família. Isso é algo que acontece muito e explica o congestionamento no estacionamento.

EXPOSIÇÃO E DECORAÇÃO

Garantido o estoque, é hora de pensar na exposição e decoração da loja para o período. Pense que é fundamental que a loja mostre ao cliente que está, de fato, preparada para esse momento tão especial. Imagens de Papai Noel, totens, música, decoração típica. É o clima natalino tomando conta da loja, se possível desde a segunda quinzena de novembro.



Panetone e cerveja. Dois produtos que são vendidos o ano todo, mas que no Natal ganham forte impulso

Os produtos sazonais precisam ser fáceis de localizar, bem à vista dos olhos do cliente no ponto de venda, já que não são de consumo do dia a dia. Em cidades menores ou mesmo em bairros específicos de cidades maiores, os carros de som ajudam a comunicar que o Natal chegou ao seu supermercado. Só não exagere na quantidade de mensagens, e nem no volume do som!

Outra dica: as promoções que podem ocorrer em parceria com os fornecedores são bem-vindas sempre, o ano inteiro, ainda mais em uma época tão emotiva e concorrida por todo o varejo, como é o caso do Natal.

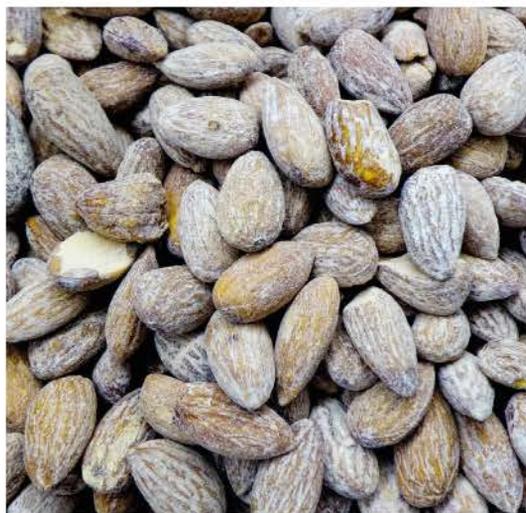
Agora há pouco falamos nesta reportagem sobre as “lembraçinhas”. De fato, o grande desafio do supermercado está em concorrer com o mercado de presentes, uma vez que vender bebidas e alimentos ele já cumpre esse papel durante o ano. Mas vale a pena incrementar o ramo de presentes. E tem que se preparar para isso. Quem não consegue ter no sortimento brinquedos, roupas, pode se destacar com um bom vinho em promoção, além de chocolates, cestas...

REPOSIÇÃO

Se o *ho!ho!ho!* do Papai Noel encanta o varejista, a palavra ruptura assusta quem está com a responsabilidade de fazer do melhor período para vendas do ano a chave de ouro para as metas de 2024. Produtos tendem a se esgotar nas gôndolas mais rapidamente, necessitando que haja reposição em maior escala e com rapidez. Em situações críticas é que se vai perceber que planejou mal o quadro de funcionários para o período.

Fique atento também a filas. Toda a empresa precisa estar mobilizada em prol da experiência do cliente, e um dos itens que ele menos gosta em uma loja são as filas. Uma sugestão: reúna as principais lideranças envolvidas com a boa operação da área de *checkout* e monte, ainda no início de novembro, um plano para prevenir ou corrigir os problemas que porventura foram enfrentados no Natal passado. 🛒

Flores, amêndoas e frutas frescas, produtos que fazem parte da celebração de muitas famílias no Natal



ORGULHO DE PERTENCER E SER ESSENCIAL

TODOS OS DIAS, EM MINAS GERAIS, COLABORADORES, GERENTES, EXECUTIVOS E DIRETORES DE SUPERMERCADOS SAEM DE CASA COM UMA NOBRE MISSÃO: ABASTECER 20,5 MILHÕES DE CONSUMIDORES EM DEMANDAS INADIÁVEIS. ESSE É O ORGULHO DE PERTENCER A UM SETOR ESSENCIAL. É DISSO QUE O TEMA DA AMIS EM 2025 – “SUPERMERCADOS: ORGULHO DE PERTENCER” – VAI TRATAR. ALIÁS, JÁ IMAGINOU COMO SERIA A VIDA SEM OS SUPERMERCADOS E SEUS PROFISSIONAIS?

Adenilson Fonseca

Equipe de loja recém-inaugurada da rede Meu Prata em seu momento de aquecimento para a inauguração

No dia 5 de dezembro de 2024 faz 50 anos que José Eduardo Cabral, então com 17 anos, chegou pela primeira vez ao Supermercado Center Box, hoje com três lojas em Pouso Alegre, no Sul de Minas. O menino, que precisava trabalhar para ajudar os pais com as despesas da casa, começou no cargo de embalador. Pronto! Foi o encontro da vontade de





trabalhar com um mundo de oportunidades de crescimento profissional.

Bem-vindo ao setor supermercadista!

Pela sua destreza e desembaraço, logo coube ao menino fazer os serviços externos da loja, ou seja, o de *office-boy*. Depois, foi requisitado para o setor de Contabilidade e logo para o RH. É onde ele está até hoje, no cargo de Gerente de Recursos Humanos. No seu único emprego, ele não só ajudou os pais, mas durante esse tempo casou-se e foi conquistando tudo aquilo que uma família sonha para si: casa, carro e, com a ajuda da esposa, Nilcéia Sagiorato, formou a filha, Laura Sagiorato Cabral, na faculdade de Design de Moda, em São Paulo, e que se prepara para estudar na Itália.

Estas são algumas das conquistas de quem se dedica ao setor e tem como retorno a formação pessoal e profissional, o patrimônio e a realização de sonhos. “Eu vejo aqui que alguns funcionários compram casa, compram carro e viajam pelo menos uma vez por ano. Ou seja, se tiver controle, dá para levar uma vida tranquila trabalhando no supermercado”, ilustra Cabral.

Aos 67 anos, ele conta que já faz 13 anos que se aposentou, mas não pensa em parar de

trabalhar tão cedo. “O supermercado é um setor em que gosto de trabalhar. Tenho prazer em me levantar cedo e vir para cá todo dia”, conta. “Às vezes, estou de folga, mas levanto cedo e venho ver como está a loja. Sinto que tenho uma obrigação de cuidar da empresa. Eu olho para o supermercado como se fosse meu. Gosto muito de trabalhar aqui”, enfatiza.

GERAÇÕES

Sabe outro assunto que o deixa feliz também? É a perenização das famílias que se somam à empresa como funcionários há gerações sucessivas. “Hoje, tem pessoas trabalhando na empresa que são netos de funcionários que já trabalharam aqui”, revela. E, como gerente de RH, já trata logo de colar o rótulo de DNA formador que o setor tem.

“Eu sempre digo para as pessoas que estão começando: ‘você não vai entrar como repositor e morrer como repositor. É preciso pensar em crescer na carreira”, recomenda. Muitos desses ensinamentos ele adquiriu com Darci Fonseca, segunda geração da empresa, pai do atual diretor, Carlos Magno Fonseca, e filho do fundador, José Vicente da Fonseca. “Aprendi muito com o senhor Darci”, ressalta Cabral.

Movimentação na área de check out de supermercado mineiro. O setor em Minas atende 20,5 milhões de consumidores

Mirtes dos Santos Ribeiro, gerente de loja da rede EPA Supermercados, no bairro Guarani, em Belo Horizonte



TRABALHAR COM ALEGRIA

Quem chega à loja 82 da rede EPA Supermercados, localizada no bairro Guarani, em Belo Horizonte, depara com uma gerente alegre, simpática, boa prosa, mas, sobretudo, dedicada ao trabalho e às pessoas. Dedicção que é natural se misturar às mais diversas situações de dificuldades no dia a dia, incluindo grandes desafios e boas experiências de vida.

“A gente tem que saber lidar com as pessoas, com o cliente que chega com algum problema; saber atender o fornecedor, o repositor”, detalha a gerente Mirtes dos Santos Ribeiro. “Tem que saber tratar o funcionário. Às vezes ele chega com algum problema, você o chama para conversar, e normalmente ele está com uma dificuldade em casa e, de repente, você já está falando sobre a vida particular da pessoa. Tem que saber tratar tudo isso”, mostra Mirtes.

Mas, no entanto, ela só fala de alegria, orgulho e prazer em trabalhar no setor. “Mas isso nos dá muito orgulho, orgulho de ver a loja cheia, de ba-

ter as metas”. Afinal, ela começou como operadora de caixa. Em 1981, foi encarregada de setor, frente de caixa, subgerente e, desde 1986, é gerente da empresa, onde já passou por 11 lojas e formou muita gente. Ela está na loja atual há 10 anos.

“Estou treinando uma subgerente aqui. Ela entrou como operadora de caixa, depois mostrou talento para cartazista. Agora eu a trouxe para subgerente. Daqui a seis meses ela já será uma gerente formada, e poderá ir para outra loja”, conta Mirtes.

Essa formação nem exige tanta qualificação assim, mas, sobretudo uma característica natural indispensável. “É só a pessoa querer. O querer tem que vir primeiro”, afirma a gerente, que fez do trabalho o seu lar. “Eu sempre falo para os colaboradores que a gente tem que trabalhar com alegria, porque o local de trabalho é a nossa primeira casa. Não é a segunda casa, é a primeira, e a gente lida com pessoas diferentes a todo momento, e não podemos demonstrar nervosismo. Isso nos faz crescer profissionalmente”, ensina.

Bauducco®

NOVIDADES



Bauducco® Speculoos 84 g

De todo jeito, é Spetacular! Um biscoito muito crocante, caramelizado e com especiarias.



Bauducco® Wafer Maxi Pistache 104 g

Edição limitada do Bauducco® Wafer Maxi, com um recheio delicioso com o sabor do momento!



Bauducco® Cookies Fini Dentaduras® 96 g

O cookies nº 1 do Brasil em uma edição limitada que une Bauducco® Cookies com o sabor inconfundível de Fini Dentaduras®.



O Gerente de RH da rede Centerbox, José Eduardo Cabral, 67 anos, que chegou à empresa aos 17 anos para trabalhar como embalador. Abaixo, mãe e criança em compras e jovens colaboradores iniciando a jornada do dia



Hoje, aos 62 anos, ela sente orgulho ao falar que trabalha por prazer, porque gosta da empresa e da função. E se for pensar, é mesmo. Mirtes já está aposentada há 13 anos e se sente realizada pessoal e profissionalmente. “Foi trabalhando aqui que comprei minha casa, meu carro; então, posso dizer que estou realizada. É um orgulho, sim”.

FILHO MÉDICO

“O Bretas representa muito para mim, porque foi nesta empresa que eu construí a minha vida. Aqui, consegui formar um filho médico”. É assim, que, emocionado, Francisco Pereira da Costa, ou “Chiquinho”, como é mais conhecido, hoje, no cargo de gerente de perecíveis, descreve sua experiência de vida pessoal e profissional na rede supermercadista.

Ele iniciou a carreira na loja do Bretas da Avenida Rio Branco, em Juiz de Fora. Entrou como açougueiro e não demorou muito crescer na carreira. Ficou na loja por uns 30, 40 dias e foi transferido para outra unidade da empresa, já como encarregado de açougue. “Foi um desafio muito grande, porque na época a gente tinha que ensinar muito as pessoas a trabalhar, a cortar carne, a desossar boi”, detalha.

Na rede Bretas, Chiquinho é pessoa importante na formação de mais profissionais. “Inclusive, muitos gerentes passaram por treinamento aqui quando fui encarregado. Quando a empresa queria colocar várias mulheres no açougue, aqui nessa loja vieram três fazerem treinamento”, recorda.

Na sua missão de atuar no açougue, não só no trabalho específico, mas na formação de profissionais novos, Chiquinho atendeu em todas as lojas da rede Bretas, em Juiz de Fora e em outras localidades. “Eu viajava para várias cidades de Minas Gerais para inaugurar e reinaugar lojas. Tive muito apoio dos compradores da empresa, dos supervisores; tive muito apoio dos gerentes para ajudar a desenvolver as coisas”, conta ele. “Então, fazer parte de uma empresa tão boa como o Bretas, que hoje também é Cencosud, é um orgulho muito grande para mim”.

AOS 92 ANOS

Falar em orgulho de pertencer, que tal conhecer a história de Alfredo Gonçalves Filho, que hoje, aos 92 anos, atua no setor há quase 80? O trabalho do senhor “Alfredinho”, como é conhecido, começou aos 17 anos, no seu pequeno comércio, nos anos 1950, e nunca mais parou. Nunca mesmo, pois ainda hoje trabalha com os filhos Marcelo e André, a quem a sucessão da rede de supermercados Gonçalves foi transferida. A empresa tem sede em Muzambinho e oito lojas no Sul de Minas. “Atualmente, ainda ajudo meus filhos gêmeos, que herdaram meu amor pelo setor supermercadista”, informa.

Ele afirma que foi um dos pioneiros na criação de supermercados na região, já que depois de várias viagens a São Paulo conheceu o funcionamento do então “novo negócio”. “Vi como funcio-

Alfredo Gonçalves Filho, hoje com 92 anos, começou aos 17 no seu pequeno comércio e trabalha até hoje com os filhos na rede Gonçalves, de Muzambinho; abaixo, jovem organizando itens estocados da câmara fria de loja supermercadista





nava o novo varejo e o trouxe para Muzambinho, nos idos de 1960, onde só existiam os antigos armazéns”, detalha. Esse pioneirismo lhe traz muito orgulho de pertencer ao setor, mas tem algo que lhe dá muito prazer também. “O contato e a recíproca dos clientes, o reconhecimento e a certeza de ter feito o melhor”, orgulha-se.

TREINAR, O ORGULHO

Mas, enfim, num setor que tem, sim, sua alta rotatividade, que na maior parte dos recrutamentos recebe pessoas ainda em formação pessoal e profissional, como formar talentos que tenham paixão pelo trabalho e orgulho de pertencer à empresa e ao segmento? Para isso, é preciso treinar quem treina. Esse é o papel que cabe aos profissionais de RH. Um deles é o superintendente de Recursos Humano (RH) do Verdemar, Leandro de Souza Pinho, que é também presidente da Associação Brasileira de Recursos Humanos – Seção Minas Gerais (ABRH-MG). Leandro Pinho que, em si, é um dos “pertencentes” ao setor, já que tem 21 anos de casa.

Para ele, o maior desafio do varejo é, dentro quadro de funcionários, fidelizar aqueles que realmente correspondam à cultura da Organização. “Primeiramente, é preciso conhecer e divulgar corretamente os seus diferenciais. Isso pode ser um fator decisivo na atração de profissionais, porém é necessário ter o máximo de transparência com os desafios que compõem a realidade que o funcionário vivenciará na empresa”, explica.

Em seguida, trabalhar uma cultura organizacional “sólida e positiva” é fundamental para atrair e reter os funcionários certos. Isso envolve definir missão, visão e valores claros, que devem ser comunicados e incorporados em todas as práticas e decisões da empresa. “A oferta de oportunidades de desenvolvimento profissional é outra forma de incentivar e valorizar os talentos na empresa. Oferecer programas de recrutamento e promoção, treinamentos e incentivo à formação continuada auxiliam diretamente no desejo de pertencimento na empresa”, observa Pinho.



Nas duas páginas, consumidores adquirindo produtos lácteos e de FLV

“Supermercados: orgulho de pertencer” – Conheça melhor o TEMA AMIS 2025

Todos os dias, em Minas Gerais, colaboradores vestem os uniformes, colocam o crachá e vão para uma missão muito nobre: abastecer os lares dos 20,5 milhões de consumidores mineiros que procuram as lojas de supermercados em todo o estado. Afinal, como seria o atendimento a essas famílias, aos lares mineiros, sem os colaboradores dos supermercados?

É essa essencialidade que faz do setor uma porta aberta de oportunidades para o desenvolvimento de carreira profissional, especialmente para os jovens. E o que não faltam são exemplos de pessoas que chegaram muito novas ao setor e nunca mais saíram. E nem pretendem.

Os exemplos citados nesta matéria

se multiplicam por praticamente todas as empresas do setor e, portanto, poderiam ter sido contados por outros muitos milhares de trabalhadores e diretores. Com seu trabalho, crescimento profissional o desenvolvimento pessoal, foram decisivos para a evolução do varejo supermercadista.

É isto que o tema AMIS 2025 vai mostrar, incentivar e provar que o setor supermercadista é, sim, muito mais do que um lugar apenas para início de carreira. É um lugar para construir a trajetória de uma vida pessoal e profissional e, principalmente, de ter orgulho de pertencer.

“Supermercados: orgulho de pertencer”. Em 2025, GÔNDOLA contará mais histórias como as estas que você, ao ler, escutou. 🛒

APROVEITE AO MÁXIMO A SUPERMINAS 2024

EM SUA 36ª EDIÇÃO, A SUPERMINAS 2024 TRAZ INÚMERAS ATRAÇÕES E NOVIDADES, COM MUITAS OPORTUNIDADES NESTES TRÊS DIAS DE CONGRESSO E FEIRA. CONFIRA NOSSAS DICAS E A PROGRAMAÇÃO!

Dayane Lima

Com uma programação diversificada e dinâmica, a Superminas 2024, que acontece de 22 a 24 de outubro no Expominas, em Belo Horizonte, oferece de palestras com especialistas renomados (são 70 momentos dedicados ao Conhecimento em 5 diferentes auditórios!) a uma enorme Feira de Negócios (600 expositores, em 3 pavilhões), o que é uma grande oportunidade para você aproveitar e ficar por dentro dos lançamentos e novidades, além de rever parceiros e amigos do setor.

Aproveite o momento para conhecer os lançamentos. Alguns deles já estão indicados nas páginas seguintes de GÔNDOLA, para que você possa visitar os estandes dos expositores, pois cer-

tamente irá proporcionar maior visibilidade dos novos produtos e permitirá uma troca direta de informações com fornecedores, gerando oportunidades de negócios e parcerias estratégicas.

Como dissemos, o evento só termina na quinta-feira, 24, e espera receber até lá nada menos que 60 mil participantes. Confira os destaques da programação que fazem da Superminas um dos eventos mais aguardados do ano.

Desde a manhã de terça-feira, as atividades da “Área do Conhecimento” são iniciadas nos auditórios. A cerimônia de abertura da Feira de Negócios e a inauguração oficial do megaevento, às 15h, conta com a participação de autoridades e lideranças do setor.





Palestras, cursos e atualização profissional

Para aproveitar ainda mais o que a 36ª Superminas oferece, não deixe de participar das palestras, cursos e *workshops* que acontecem durante o evento. Diversos temas de grande interesse para o setor serão apresentados e discutidos durante os três dias.

Veja alguns destaques da programação do que pode ser chamada de “Área do Conhecimento”:

Logo no primeiro dia, terça-feira, 22, no auditório Diamante, às 14h, teremos Leandro Karnal, considerado um dos principais pensadores contemporâneos. É professor, escritor e historiador. Karnal vai falar sobre as mudanças necessárias e inevitáveis e como se tornar um gestor da mudança.

Na quarta-feira, 23, às 9h, no auditório Diamante, os profissionais interessados em aprofundar seus conhecimentos sobre o uso de Inteligência Artificial, análise de dados e a diversidade de canais para acessar o consumidor

poderão assistir à palestra “Venda humanizada em um mundo com Inteligência Artificial”, ministrada pela especialista Marcela Quiroga.

No início da tarde, às 12h, no mesmo auditório, André Faria, CEO da Bluesoft São Paulo, apresenta a palestra “Decifrando a Inteligência Artificial para Supermercados”. O evento promete apresentar ferramentas capazes de impactar o setor de varejo, com foco especial na aplicabilidade.

Na quinta-feira, 24, último dia da Superminas, será realizada a palestra “Liderança, Empreendedorismo e Intraempreendedorismo: Como Fazer a Diferença na Sua Empresa”, ministrada pelo empresário e consultor Ricardo Nunes, fundador da Ricardo Eletro. Durante a apresentação, Ricardo vai apresentar aos participantes formas de melhorar o desempenho na empresa utilizando suas próprias habilidades e criatividade para impulsionar a competitividade das equipes e dos negócios.

*As imagens utilizadas para ilustrar esta reportagem foram feitas nas edições da Superminas de 2022 e 2023



A expectativa dos participantes

Participante assíduo da Superminas nas edições anteriores, o Diretor Comercial do Irmão Supermercados, com lojas em Caratinga e Inhapim, Ary Soares da Silva, afirma que a Feira representa uma excelente oportunidade para adquirir conhecimento, se atualizar, conhecer novos produtos e serviços, além de realizar bons negócios. Ary destaca que 20% dos seus colaboradores estão participando da Feira, incluindo as palestras.

Vindo do Sul de Minas, o Gerente de loja do CF Supermercados, de Três Corações, Carlos Bocardi, relata que está participando da Feira com um grupo de colaboradores e que um dos principais objetivos é adquirir Conhecimento e se atualizarem sobre as novidades do setor.

“Além de fortalecer as parcerias, buscamos motivação nas excelentes palestras de profissionais qualificados. Sempre vamos em grupos e dividimos a equipe em oficinas e palestras e, no retorno, realizamos uma reunião para compartilhar as experiências de cada um e discutir o que podemos implementar no nosso dia a dia”, relata Bocardi.

“Minhas expectativas para a Superminas este ano estão bem elevadas. Vou aproveitar estes três dias para aumentar o nível de negociações com parceiros e fornecedores, além de conhecer as novidades e tendências do setor para aplicar em minhas lojas, favorecendo a expansão da empresa”, afirma o CEO da rede Meu Prata, Cláudio Dias.

Se é
Bem Brasil,
o cliente já
chega
sabendo
qual vai
querer.



Carinhas, Crinkle, Mais Batata, Rústica e Anéis de Cebola:
o time indispensável para quem quer sucesso garantido nas
vendas. Crocantes, práticas, deliciosas e com a qualidade
Bem Brasil que os clientes confiam e adoram.

Entre em contato para
abastecer seu estoque.



BemBrasil
Alimentando bons momentos



AMIS Jovem realiza encontro

Outros eventos importantes também acontecem paralelamente às atividades do Congresso e da Feira. É o caso do encontro da *AMIS Jovem*. Se você é um futuro sucessor supermercadista, não se esqueça das atividades programadas que estão disponíveis especialmente para você!

Logo no primeiro dia, 22, os jovens empresários realizam visita técnica à loja da rede Verdemar, onde têm a oportunidade de compartilhar experiências e se aprofundarem no conhecimento das práticas e inovações dentro do setor varejista de supermercados.

No segundo dia, 23, eles irão se reunir, às 10h da manhã, para o *Encontro da AMIS Jovem* - Edição Especial Superminas,

que acontece no Salão de Vidro, localizado no piso 3, próximo ao setor de credenciamento. O encontro contará com palestras, bate-papos e uma apresentação exclusiva da Nielsen, empresa de pesquisas de mercado, que trará *insights* valiosos sobre o comportamento do consumidor de Minas Gerais no varejo alimentar.

Um dos destaques do evento será um momento de diálogo com presidentes de grandes redes, que vão compartilhar suas experiências e visões com os participantes.

Mas, atenção. A participação das atividades do encontro da AMIS Jovem são reservadas para aqueles que fizerem inscrição prévia.



Pavilhão “Vem de Minas” abriga as riquezas do estado

Para você que já visitou os pavilhões “Minas” e “Gerais”, é hora de conhecer o “Vem de Minas”, localizado no espaço redondo, piso 1, próximo aos auditórios. É uma das grandes novidades deste ano. Neste espaço, você encontrará a essência de Minas Gerais, representada por pequenas e médias empresas do estado, com uma variedade de produtos e serviços autênticos. O pavilhão reúne o melhor da produção mineira, destacando a diversidade e a qualidade do que é feito localmente, oferecendo aos visitantes a oportunidade de conhecer e experimentar as riquezas que fazem parte da cultura e da economia regional. Aproveite para degustar a rica culinária mineira!

QUEM ESCOLHE EXPERIÊNCIA, ESCOLHE QUALIDADE.

ESCOLHA CONFIABILIDADE,
ESCOLHA TRADIMAQ.

Com 36 anos de mercado, contamos com uma linha diversificada de equipamentos elétricos e à combustão, oferecendo as melhores soluções para seu negócio.

A TRADIMAQ é a melhor opção no fornecimento de **EMPILHADEIRAS** em Minas Gerais, Goiás, Distrito Federal, Rio de Janeiro e Espírito Santo.

- ✓ Venda de **Máquinas Novas**;
- ✓ **Assistência Técnica** especializada;
- ✓ Grande estoque de **Peças Genuínas**;
- ✓ Equipe técnica preparada e capacitada para fornecer o **Melhor Atendimento**.



Confira nossos catálogos escaneando o QR Code ao lado.

ENTRE EM CONTATO CONOSCO:
0800 007 8004

www.tradimaq.com.br |    /Tradimaq

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO:

Yale 
TECNOLOGIAS EM EMPILHADEIRAS

Genie 
A TEREX BRAND



Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios (CMON)

Oportunidades não irão faltar no pavilhão “Vem de Minas”, que abriga o Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios (CMON), uma parceria da AMIS, Secretaria de Desenvolvimento de Minas (SEDE) e Sebrae Minas. É um espaço exclusivo, destinado a promover a valorização dos pequenos negócios (microempresas, empresas de pequeno porte, microempreendedores individuais, agroindústrias familiares, empreendimentos familiares rurais, associações e cooperativas), facilitando seu acesso ao mercado e potencializando suas chances de crescimento.

Aqui você encontra 45 pequenos negócios expondo diversos produtos como cafés, cachaças, doces, laticínios e muitos outros. É uma oportunidade de conhecer novos fornecedores e formar grandes parcerias.

RODADAS DE NEGÓCIOS

Ainda no mesmo pavilhão, as Rodadas de Negócios, realizadas pelo Sebrae Minas com o apoio da AMIS e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (SEDE), são um importante momento destinado à negociação e ao fechamento de acordos comerciais entre compradores e fornecedores. No local, você vai encontrar ótimas oportunidades de mercado e fazer importantes conexões.

Caso tenha uma demanda específica de compra, vale a pena agendar um horário para participar das Rodadas. Para isso, é necessário entrar em contato com o Sebrae e fazer o agendamento pelo telefone (31) 99772-2765.



EXPERIMENTE ESTE **SABOR!**



Com um mix de mais de **130 produtos**, estamos sempre inovando para atender às necessidades de nossos clientes e consumidores.

Leve para seu PDV a praticidade e qualidade que os produtos **Avivar** oferecem. São cortes de frango in natura congelados, resfriados, industrializados e linhas exclusivas (Menu Parrilha, Frango no Balde e muito mais).

Visite nosso estande
📍 Pavilhão Minas, F48

**Conheça nosso
mix de produtos**





Food Trucks para refeições e lanches rápidos

Após assistir a várias palestras e explorar algumas novidades da Superminas, nada melhor do que fazer uma pausa rápida para se alimentar e seguir aproveitando tudo o que a Feira oferece. Na praça de alimentação, que fica localizada no piso 1, em frente

ao foyer de acesso ao espaço “Vem de Minas”, você vai encontrar o ambiente perfeito para recarregar as energias. No local, há uma variedade de *food trucks* com excelentes opções de refeições e lanches rápidos. O funcionamento será diário, das 11h às 20h.

Concorra a 1 Renault Kwid 0km na promoção “Acelere seu Negócio”

Não perca tempo e aproveite a promoção “Acelere seu Negócio”, que está sendo realizada durante a Superminas, e concorra a um Renault Kwid 0km. A cada negócio realizado com os expositores participantes da promoção, você receberá um canhoto de ordem de compra e poderá trocá-lo no *stand* da promoção, localizado no pavilhão “Gerais”, por cupons e garantir a participação no sorteio.

A cada R\$ 5 mil em negócios realizados, você ganha um cupom para concorrer ao carro. O sorteio será realizado na quinta-feira, último dia da Feira, às 20 horas. Não fique de fora!

Já deu para ter uma ideia de como este megaevento pode impulsionar o crescimento do seu negócio? Então, aproveite ao máximo estes três dias e explore todas as oportunidades que a 36ª Superminas Food Show tem a oferecer.

Espaço Gôndola 30 anos

Completando 30 anos de edição, a revista Gôndola está com um espaço exclusivo, próximo ao foyer do piso 1, expondo edições históricas e que fizeram sucesso na trajetória do setor. Não deixe de dar uma passadinha por lá, conhe-

cer um pouco da história deste veículo que há três décadas vem informando e inspirando supermercadistas e levar com você um exemplar desta edição histórica comemorativa dos 30 anos da revista.

CASH TODAY

a Prosegur solution

Cash Today Saque, mais serviços para a sua loja, mais segurança para o seu negócio.

Conheça o Cash Today Saque, o cofre inteligente da Prosegur com a funcionalidade de saque via PIX, disponível para todos os bancos. Além de oferecer mais comodidade para o cliente na sua loja, a segurança e agilidade da gestão do dinheiro do seu estabelecimento estão mantidas. Com o Cash Today Saque, você aumenta a atratividade da sua loja e melhora o seu fluxo de caixa.



www.prosegur.com.br

*Programação sujeita a alteração

CONFIRA AS PALESTRAS DA SUPERMINAS FOOD SHOW 2024

1ª DIA / 22 DE OUTUBRO

SUPERMINAS
Food Show 2024

22, 23 e 24 de outubro
Expominas
BELO HORIZONTE - MG

Audiório	Horário	Temas	Título	Apresentador
Esmeralda	9h	"Atitude Disruptiva: olhando para o futuro"	Marketing para vegetarianos - o mercado com mais de 30 milhões de brasileiros	"Rafaela Justi Tavares Analista no SEBRAE Minas"
Rubi	9h	Gestão Estratégica: revisando o dia a dia	Mais que números: inteligência financeira na gestão de negócios	"Bruno Ricoy Marques Consultor no SEBRAE Minas"
Esmeralda	10h30	Experiência do Cliente: atuando na operação	Controle de estoque e gestão de fornecedores: técnicas de gestão para maximizar resultados	"João Victor Anunciação de Vasconcelos Consultor no SEBRAE Minas"
Rubi	10h30	Experiência do Cliente: atuando na operação	Aplicando geomarketing para impulsionar mercados de vizinhança	"Diogo Reis Coordenador no SEBRAE Minas"
 Diamante	14h	Pessoas: transformando cultura e o ambiente de trabalho	Liderança e Gestão de Mudança	"Leandro Karnal Historiador e Palestrante"
 Diamante	15h		Abertura Solene	Autoridades



CARRINHOS SUPRA QUALIDADE QUE FAZ A DIFERENÇA EM CADA MOVIMENTO

Estrutura reforçada,
mais durabilidade e
menos manutenção.

Rodas e rodízios
dos melhores
fabricantes do Brasil.

Movimento suave
e silencioso.

Personalização
com sua marca
em destaque.

40 anos
de confiabilidade
e segurança Amapá.

A SUPRA É COMPLETA DO PROJETO À INSTALAÇÃO

Conte com os nossos especialistas.

Te esperamos na Superminas 2024
(Estande 111, Avenida A, Rua 8).

 (37) 99801-5203  suprainstalacoes.com.br

 **SUPRA**

UMA MARCA

 **Amapá**

CONFIRA AS PALESTRAS DA
SUPERMINAS FOOD SHOW 2024

2º DIA / 23 DE OUTUBRO



*Programação sujeita a alteração

Audiório	Horário	Temas	Título	Apresentador
Diamante	9h	"Atitude Disruptiva: olhando para o futuro"	Venda humanizada em um mundo com inteligência artificial	"Marcela Quiroga - Consultora em Formação de Times Comerciais"
Esmeralda	9h	Experiência do Cliente: atuando na operação	Transformação digital: eficiência operacional e segurança dos processos	"Alessandra Parisi Executiva na GS1 Brasil "
Rubi	9h	Gestão Estratégica: revisando o dia a dia	Como a prevenção de perdas pode contribuir na experiência de compra do cliente	"Luiz Gustavo Toledo - Especialista em Prevenção de Perdas na MaxPrevent"
Ouro	9h	Ações de Marketing: estudando benefícios para o negócio	"Novidades da mídia digital e de performance, para diferenciar seu varejo"	"Rodrigo Havro Rodrigues VP Executivo da OpusMúltipla"
Prata	9h	Pessoas: transformando cultura e o ambiente de trabalho	Liderança: um pilar estratégico na experiência do cliente	"Robson Rodrigues- Consultor e Instrutor de Gestão Empresarial"
Diamante	10h30	Ações de Marketing: colocando o cliente no centro	Potencialização da conexão com shoppers na jornada de desenvolvimento de categorias	"Helena Waquil - Head de Desenvolvimento de Categorias na Nestlé"
Esmeralda	10h30	Ações de Marketing: estudando benefícios para o negócio	O Shopper no centro das nossas decisões	Juliana Aguiar - Diretora Nacional de Trade Marketing na Pepsico Brasil Rodrigo Borges - Diretor Sênior de Vendas na Pepsico Brasil
Rubi	10h30	Experiência do Cliente: atuando na operação	Consumo em transformação: o novo supermercado de vizinhança em 2030	Gustavo Vannucci - CEO e Fundador da Geotrade João Caetano - CEO e Fundador da Mapry Geomarketing
Ouro	10h30	"Atitude Disruptiva: olhando para o futuro"	Vivendo mais, consumindo melhor: o mercado prateado e a era da longevidade	"Augusto Lacerda - Publicitário na Ecosystema - Futuro e Pessoas"
Prata	10h30	Pessoas: transformando cultura e o ambiente de trabalho	Competências para o futuro: negociações baseadas em princípios	"Alirio Couto Consultor Administrativo e Empresarial no Laticínios Vidalac"
Diamante	12h	"Atitude Disruptiva: olhando para o futuro"	Decifrando a Inteligência Artificial para supermercados	"André Faria CEO na Bluesoft São Paulo"





PREMIUM ESPECIAL NexPet

REVISTA
GÔNDOLA
PARABÉNS PELOS SEUS **30** ANOS

Visite-nos no Stand F 06 – de 22 a 24 de outubro - 36ª SuperMinas 2024 – Belo Horizonte – MG

FÓRMULA
FECHADA
SEM EVENTUAIS
SUBSTITUTIVOS



SEM
AROMATIZANTES

SEM
CONSERVANTES

SEM
CORANTES

@nexpetnutricao | Fone: 19.99376.3558

CONFIRA AS PALESTRAS DA
SUPERMINAS FOOD SHOW 2024

2º DIA / 23 DE OUTUBRO



*Programação sujeita a alteração

Audiório	Horário	Temas	Título	Apresentador
Diamante	9h	"Atitude Disruptiva: olhando para o futuro"	Venda humanizada em um mundo com inteligência artificial	"Marcela Quiroga - Consultora em Formação de Times Comerciais"
Esmeralda	9h	Experiência do Cliente: atuando na operação	Transformação digital: eficiência operacional e segurança dos processos	"Alessandra Parisi Executiva na GS1 Brasil "
Rubi	9h	Gestão Estratégica: revisando o dia a dia	Como a prevenção de perdas pode contribuir na experiência de compra do cliente	"Luiz Gustavo Toledo - Especialista em Prevenção de Perdas na MaxPrevent"
Ouro	9h	Ações de Marketing: estudando benefícios para o negócio	"Novidades da mídia digital e de performance, para diferenciar seu varejo"	"Rodrigo Havro Rodrigues VP Executivo da OpusMúltipla"
Prata	9h	Pessoas: transformando cultura e o ambiente de trabalho	Liderança: um pilar estratégico na experiência do cliente	"Robson Rodrigues- Consultor e Instrutor de Gestão Empresarial"
Diamante	10h30	Ações de Marketing: colocando o cliente no centro	Potencialização da conexão com shoppers na jornada de desenvolvimento de categorias	"Helena Waquil - Head de Desenvolvimento de Categorias na Nestlé"
Esmeralda	10h30	Ações de Marketing: estudando benefícios para o negócio	O Shopper no centro das nossas decisões	Juliana Aguiar - Diretora Nacional de Trade Marketing na Pepsico Brasil Rodrigo Borges - Diretor Sênior de Vendas na Pepsico Brasil
Rubi	10h30	Experiência do Cliente: atuando na operação	Consumo em transformação: o novo supermercado de vizinhança em 2030	Gustavo Vannucci - CEO e Fundador da Geotrade João Caetano - CEO e Fundador da Mapry Geomarketing
Ouro	10h30	"Atitude Disruptiva: olhando para o futuro"	Vivendo mais, consumindo melhor: o mercado prateado e a era da longevidade	"Augusto Lacerda - Publicitário na Ecosystema - Futuro e Pessoas"
Prata	10h30	Pessoas: transformando cultura e o ambiente de trabalho	Competências para o futuro: negociações baseadas em princípios	"Alirio Couto Consultor Administrativo e Empresarial no Laticínios Vidalac"
Diamante	12h	"Atitude Disruptiva: olhando para o futuro"	Decifrando a Inteligência Artificial para supermercados	"André Faria CEO na Bluesoft São Paulo"





Ativa e Inteligente



SEGURANÇA PREVENTIVA DE PESSOAS E PATRIMÔNIOS

Serviços:

Vigilância Patrimonial

Segurança Eletrônica

Porteiros e Manobristas

Olhos de Anjos

Vantagens Competitivas

Conhecimento Especializado

Agilidade e Adaptabilidade

Atendimento Personalizado

Inovação Ágil



31 3282-6567

contato@anjosdaguarda.com.br

www.anjosdaguarda.com.br

Rua Germano Torres, 42 Carmo
Belo Horizonte - MG

PELA 6ª VEZ RESPONSÁVEL PELO MONITORAMENTO DAS IMAGENS DA SUPERMINAS

CONFIRA AS PALESTRAS DA
SUPERMINAS FOOD SHOW 2024

2º DIA / 23 DE OUTUBRO



*Programação sujeita a alteração

Audiório	Horário	Temas	Título	Apresentador
Diamante	13h30	Pessoas: transformando cultura e o ambiente de trabalho	Como formar líderes extraordinários e uma cultura vencedora em meu supermercado?	"Rafael Haddad - Supermercadista e CEO da AMO Varejo"
Esmeralda	13h30	Gestão Estratégica: revisando o dia a dia	Alta Performance em um mercado aquecido	"Priscila Ariani Diretora de Marketing na Scanttech"
Rubi	13h30	Ações de Marketing: estudando benefícios para o negócio	Novas fontes de margem para o varejo: monetizando a inteligência e o relacionamento que temos dos nossos consumidores	"Marcelo Toledo Diretor LATAM na Salesforce"
Ouro	13h30	Ações de Marketing: colocando o cliente no centro	"Transformando consumidores em fãs: o poder de colocar o cliente no centro"	"Cíntia Viegas Diretora de Marketing e Trade Marketing na Casa do Arroz"
Prata	13h30	"Experiência Sensorial: categorias Destino"	O futuro dos açougues nos supermercados	"Paulo Tadeu - Consultor e Especialista na Gestão de Açougue"
Diamante	15h	Gestão Estratégica: revisando o dia a dia	Comercial e marketing: estratégias que dão resultado	<p>TALK SHOW</p> <p>Navarro Agostinho Cândido - Sócio Proprietário do SuperLuna Supermercados Luis Fernando Costa - Superintendente Comercial, Marketing, Digital e CRM no Verdemar, Rodolfo Kayser Nejm - Vice-presidente do Grupo Superposso Mediador: Claret Nametala - Presidente Executivo da AMIS</p>
Esmeralda	15h	Gestão Estratégica: revisando o dia a dia	Benefícios para atração de mão de obra e os impactos na folha de pagamento	Anna Luíza Teixeira - Advogada e Sócia na Lacerda Diniz Sena Advogados
Rubi	15h	Ações de Marketing: estudando benefícios para o negócio	Estratégias de layout para maximizar vendas no varejo	"Michel Jasper CEO e Fundador da Web Jasper"
Ouro	15h	Pessoas: transformando cultura e o ambiente de trabalho	Humanizando a jornada do colaborador: o segredo para encantar clientes	Carmélia Rodrigues Consultora e Instrutora em Gestão de Pessoas Natalliane Souza Vieira Psicóloga e Gestora de RH na Rede Alvorada Supermercados
Prata	15h	"Experiência Sensorial: categorias Destino"	Gestão do açougue no varejo e o novo perfil do profissional dessa importante seção	"Jeadiel Santos Consultor e Especialista na Gestão de Açougue"





FÓRUM DE PREVENÇÃO DE PERDAS

Um ciclo de palestras impactantes com assuntos relevantes para os especialistas do setor Supermercadista e Prevenção de Perdas.

**12 de Novembro,
das 8h30 às 17h30.**

Sede AMIS - Av. Barão
Homem de Melo, 2.200,
Estoril, Belo Horizonte.

Mas atenção:
as vagas são limitadas.
Programe-se e participe!

Se inscreva pelo site da AMIS:
amis.org.br



**EXPERIÊNCIA
DO CLIENTE**

CONFIRA AS PALESTRAS DA
SUPERMINAS FOOD SHOW 2024

3º DIA / 24 DE OUTUBRO



*Programação sujeita a alteração

Audiório	Horário	Temas	Título	Apresentador
Diamante	9h	Ações de Marketing: estudando benefícios para o negócio	Trade Marketing como estratégia para varejo e indústria gerarem experiência e venderem mais	"Paula Peres Valduga Trade MKT no Grupo Koch - SC"
Esmeralda	9h	Pessoas: transformando cultura e o ambiente de trabalho	Transformando Cultura e o ambiente de Trabalho	"Marcilene Martins da Silva Gonçalves Palestrante e Consultora"
Rubi	9h	Ações de Marketing: colocando o cliente no centro	Como a inteligência artificial reinventa a experiência do cliente no mundo Phygital	"Joziana Freitas - Palestrante. Mentora. Consultora. Estrategista de MKT"
Ouro	9h	Pessoas: transformando cultura e o ambiente de trabalho	O papel do RH x ambiente de trabalho	"Elizabeth Duarte- Psicóloga Organizacional na Ecosystema - Futuro e Pessoas"
Prata	9h	"Experiência Sensorial: categorias Destino"	Hortifruti integrado aos setores de perecíveis	"Carlos Perches - Instrutor e Consultor para Supermercados"
Diamante	10h30	Ações de Marketing: colocando o cliente no centro	Experiência do cliente: integrando todos os elos	"Olegário Araújo - Consultor em Inteligência Competitiva e Cofundador da Inteligência 360"
Esmeralda	10h30	Gestão Estratégica: revisando o dia a dia	Desafios e oportunidades na nova rotulagem nutricional para a experiência do cliente	"Milana Dias CEO do Grupo Vida Soluções
Rubi	10h30	Gestão Estratégica: revisando o dia a dia	"Desafios e oportunidades da reforma tributária no Brasil"	<small>Fernanda Silveira - Advogada e Sócia na Lacerda Diniz Sena Advogados João Paulo Almeida Melo - Advogado e Sócio fundador da Almeida Melo Sociedade de Advogados Ricardo Luiz Oliveira de Souza - Auditor Fiscal da Receita Estadual</small>
Ouro	10h30	"Experiência sensorial: categorias Destino"	Padaria: o que há de novo no varejo	"Jéssica Batista - Criadora de Conteúdo Digital, Padeira, Instrutora e Palestrante"
Prata	10h30	"Experiência sensorial: categorias Destino"	Experiência do cliente na padaria - do sabor que encanta ao atendimento que fideliza	"Jerry Coutinho Consultor e Instrutor em Gestão de Pessoas"



Audiório	Horário	Temas	Título	Apresentador
Diamante	12h	Pessoas: transformando cultura e o ambiente de trabalho	Liderança, empreendedorismo e intraempreendedorismo: como fazer a diferença na sua empresa.	"Ricardo Nunes Empresário, palestrante, consultor"
Diamante	13h30	Gestão Estratégica: revisando o dia a dia	Perspectivas econômicas para 2025	"André Cordeiro Valério - Coordenador de Pesquisa Macroeconômica no Banco Inter"
Esmeralda	13h30	Ações de Marketing: colocando o cliente no centro	Experiência 360º: atendimento de excelência, vendas excepcionais	"Jonas Bovolenta - Consultor e Instrutor em Marketing de Crescimento"
Rubi	13h30	Ações de Marketing: colocando o cliente no centro	O lucro do retail media começa ao colocar o Cliente no centro	"Guto Rocha Vice Presidente na PMWEB
Ouro	13h30	Ambiente Digital: avaliando a eficácia no varejo	Aumente as vendas e previna perdas usando tecnologia	"Renato Furtado Diretor na Allmidias e Allgenius Informática"
Prata	13h30	Ações de Marketing: colocando o cliente no centro	Meu Tomati	Matheus Lamarca - Consultor na Câmara de Comércio Italiana de Minas Gerais
Diamante	15h	Ações de Marketing: estudando benefícios para o negócio	Como usar o "trade digital" para aumentar as vendas, o relacionamento com seus clientes e consumidores	"Luíza Fontana Head de eRetail B2C na Heineken"
Esmeralda	15h	Pessoas: transformando cultura e o ambiente de trabalho	Assédio no trabalho: entenda e saiba como prevenir (CIPA)	"Rodrigo Dolabela Consultor e Instrutor em Área Trabalhista"
Rubi	15h	Experiência do Cliente: atuando na operação	A importância da Marca Própria como pilar na estratégia do seu negócio e como melhorar a sua performance em MP	Adriano Gonçalo - Diretor na Rede Unissul Milson Borges - Sócio Fundador da Rede Supermaxi Supermercados e Vice-presidente Regional da AMIS em Uberlândia Luiz Henrique Gardingo - Sócio Proprietário da Distribuidora Irmãos Gardingo e Vice-presidente Regional da AMIS em Matipó Leandro Figueiredo- CEO do BBC Group
Ouro	15h	Gestão Estratégica: revisando o dia a dia	Da prevenção à eficiência operacional: evolução, metodologia, indicadores e desafios	"Romualdo Teixeira Coelho JR Sócio Fundador da RTC Brasil"
Prata	15h	Gestão Estratégica: revisando o dia a dia	Porque as finanças importam para a experiência do cliente?	"Alexandre Scaldaferrri Consultor e Instrutor em Gestão Financeira"





Youtuber Épico +
Marca mais amada =
Receita de Suce\$\$\$
Vem ser parceiro!

- ✓ + 39 milhões de inscritos no YouTube
- ✓ + 6,9 milhões de seguidores no Instagram
- ✓ + de 17 bi de views acumulados
- ✓ Público de 5 a 13 anos



**Turbine suas
VENDAS**



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



GULÃO

DO Enaldinho



Marketing de Influência | Campanhas Promocionais

Material Digital | Material personalizado para PDV

gulao.doenaldinho.com.br

Gulozitos®

CARAVANAS VINDAS DO INTERIOR MARCAM presença na Superminas 2024

NA SÉRIE “SOTAQUE MINEIRO” MOSTRAMOS A FORÇA DAS REDES DO INTERIOR NO MAIOR EVENTO DO SETOR DO VAREJO SUPERMERCADISTA

Dayane Lima

A série “Sotaque Mineiro” desta edição vai reunir caravanas de Norte a Sul, e de Leste a Oeste, vindas de todo o interior do estado, que se prepararam para participar da 36ª Superminas Food Show e aproveitar ao máximo tudo o que o megaevento pode oferecer durante estes três dias.

Buscando as novidades e atrações promovidas pelo evento, muitos supermercadistas fazem questão de participar desse momento especialmente para proporcionar aos seus colaboradores uma oportunidade de crescimento e desenvolvimento.

“Esperamos que a Superminas este ano seja tão boa e proveitosa como no ano passado”.



relata a gerente de Recursos Humanos da Cooperaetê, Mariana Cruz, que está presente na feira com mais de 35 colaboradores. Todos vieram juntos em uma caravana que partiu de Morada Nova de Minas.

De acordo com Mariana, profissionais de diversos setores participam das mais variadas palestras, de acordo com suas respectivas funções. Além disso, há uma equipe exclusiva do setor de compras presente na Feira, com foco voltado para a realização de negócios e novas parcerias.

“A Superminas é uma grande oportunidade de desenvolvimento para os profissionais do varejo. As palestras são ideais para oferecer uma visão ampla sobre tópicos relevantes, motivar os colaboradores e proporcionar um momento de reflexão para todos”, avalia Mariana.

DE OLHO NA PROGRAMAÇÃO

O Supermercados Santa Helena, em Sete Lagoas, trouxe à Superminas uma caravana com 44 participantes, incluindo colaboradores de áreas estratégicas como Compras, Marketing, Opera-

ções e Comercial. Esses profissionais foram escolhidos por sua contribuição estratégica nas áreas de desenvolvimento de negócios e inovações para a rede.

De acordo com a assessoria de comunicação do Supermercado Santa Helena, o principal objetivo do Grupo durante a Feira é identificar oportunidades de inovação – tanto em produtos quanto em processos – que possam agregar valor à empresa e melhorar a experiência do cliente.

“Esperamos encontrar novos fornecedores, ampliar parcerias estratégicas e trazer *insights* sobre as principais tendências do setor. Também buscamos novas soluções tecnológicas e sustentáveis que nos ajudem a melhorar nossas operações e nossa competitividade no mercado. Além disso, estamos focados em fortalecer nossa rede de contatos e identificar oportunidades de crescimento”, relata a Supervisora de RH, Nayara Mendes, e o Analista de Marketing, Euro Cabral.

A equipe do Santa Helena planejou uma agenda intensa, com visitas às áreas de expositores para conhecer novos produtos e tendências





de mercado, além de reuniões com fornecedores e potenciais parceiros comerciais. Também reservou momentos para sessões de *networking* com a equipe, identificando oportunidades de inovação e melhoria em seus processos. “Nossa meta é maximizar a experiência e trazer *insights* que possam ser aplicados na empresa”, ressalta.

O Santa Helena relata que durante a Superminas a equipe aproveita o momento para fortalecer relações com fornecedores existentes, identificar novos parceiros e explorar oportunidades de inovação. E ainda, utiliza o evento como espaço

para *benchmarking*, analisando as tendências e melhores práticas do mercado.

PRESEÇA CERTA TODOS OS ANOS

Frequentador assíduo da Superminas desde 2013, Sérgio Magalhães, Presidente da Rede Maxsul, em Cabo Verde, está na Feira com uma caravana composta por 20 associados. O grupo tem como objetivo explorar as novas tendências e inovações do mercado. Além disso, parte da equipe estará dedicada a visitar os estandes dos fornecedores, com o intuito de firmar bons negócios.





A rede Fidélis Supermercados, de Bom Despacho, também está marcando presença na Superminas e veio com uma caravana composta por 30 colaboradores de diversos setores, inclusive diretores.

O Diretor Comercial da rede, Fábio Fidélis, ressalta a importância da presença na Feira, destacando que o evento proporciona uma excelente oportunidade para reencontrar colegas de diversas regiões de Minas e de outros estados, além de fortalecer os relacionamentos profissionais.

“A Superminas está sempre se atualizando e a cada ano temos a oportunidade de realizar bons negócios e estreitar relacionamentos. Por isso, acho muito importante a participação do supermercadista e sua equipe no evento”.

Além de rever os colegas de mercado, o grupo pretende aproveitar os três dias do evento para visitar fornecedores, conhecer novos equipamentos e serviços. Outro foco que destacam como importante é assistir as palestras, principalmente as conduzidas pelos especialistas Leandro Karnal, Ricardo Nunes e Rafael Haddad. Eles também relatam interesse pelos temas relacionados à Inteligência Artificial (IA) e mídias digitais, que têm ganhado destaque no mercado.

“Este ano estamos vendo um foco grande na Inteligência Artificial. A tecnologia também está sempre em evidência e trazendo novidades para o nosso setor”, afirma Fábio. 🇧🇷

Supermercadistas de Minas, Espírito Santo e Rio de Janeiro

Além das caravanas citadas na reportagem com o depoimento de seus organizadores, diversas outras de supermercados de diferentes regiões de Minas também estão participando da Superminas 2024.

Confira abaixo algumas delas, confirmadas até o fechamento desta edição, que inclui ainda caravanas do Rio de Janeiro e do Espírito Santo:

- Garcia Supermercado e Consul Cooperativa - Ipatinga;
- Brasil Supermercado - Timóteo
- Hipermercado Valente - Barão de Cocais
- Big Mais - Governador Valadares
- Hiper Monlevade - João Monlevade
- Supermercado Barbosa - Caratinga
- Supermercados PIC - Divinópolis
- Casa Rena - Itaúna
- Somar Supermercados - Carmo de Cajurú
- Panelão Supermercados - Pará de Minas
- UAI Distribuição - Carmo do Paranaíba
- Uberlândia (caravanas de vários supermercados da cidade)
- Uberaba (caravanas de vários supermercados da cidade)
- Araxá (caravanas de vários supermercados da cidade)
- Espírito Santo (caravanas de vários supermercados do Estado)
- Rio de Janeiro (caravanas de vários supermercados e padarias da cidade)

3 Corações lança nova cápsula de cappuccino com sabor inédito Napolitano

NOVIDADE DA SOLUÇÃO TRES® CHEGA A TODOS OS PONTOS DE VENDA E NO MERCAFÉ, E-COMMERCE DA MARCA

A 3 Corações, maior empresa de café do país e líder no segmento, acaba de anunciar uma grande novidade para os Cappuccino Lovers. A solução TRES® apresenta o sabor inédito da cápsula na versão Napolitano.

A combinação perfeita dos três sabores icônicos: chocolate, morango e baunilha, chega na cremosidade exata para deixar qualquer hora do dia mais especial, seja para dar o ânimo necessário para iniciar o dia, ou para recarregar as energias naquele lanchinho no meio da tarde.

“Somos uma empresa de pessoas apaixonadas por café e todas as suas possibilidades de combinação. Napolitano é um dos sabores favoritos do brasileiro, não poderia ficar de fora do nosso portfólio. São mais de 50 variedades de cafés espressos e multibebidas da TRES® para proporcionar experiências prazerosas em todos os momentos”, destaca João Marcelo Villadangos, head da unidade de negócios TRES®.

A novidade da solução TRES® já está disponível em todos os pontos de venda da marca espalhados pelo país e no [Mercafé](#), loja online oficial da 3 Corações.

SOBRE O GRUPO 3CORAÇÕES

O Grupo 3Corações, empresa líder do segmento de cafés no Brasil, possui um portfólio completo em todas as categorias de cafés: desde tradicionais, especiais, cápsulas, solúveis, instantâneos, até cafés prontos para beber. É reconhecida como líder ab-

soluta nas categorias torrado e moído, bem como em cappuccinos.

Além da marca nacional 3 Corações, o grupo detém mais de 30 marcas de cafés, entre elas: Santa Clara, líder no norte e no nordeste, as clássicas regionais Pimpinela, Brasileiro, Fort, Iguaçu, Itamaraty, Letícia, Fino Grão, Cirol, Doutor, Divinópolis, Toko, Café Manaus, Cruzeiro, entre outras. Também comercializa filtros, porta filtros e acessórios.

A empresa é referência em inovação com a solução exclusiva TRES®, que conta com um portfólio de máquinas de café e multibebidas, e oferece mais de 40 sabores entre cafés espressos, bebidas cremosas, chás e cafés filtrados em cápsulas.

Além de proporcionar diferentes experiências e possibilidades de consumo de cafés, o grupo também atua no segmento de refresco em pó (Frisco e Tornado), achocolatado (Chocolatto), temperos e derivados de milho (Claramil, Dona Clara e Kimimo). Em 2020, ingressou em novos segmentos como leites vegetais e suplementos naturais, fruto da joint venture com a Positive Company, detentora das marcas A Tal da Castanha, Plant Power e Possible.

Fundada em 1959, por João Alves de Lima, em São Miguel, cidade do interior do Rio Grande do Norte, a companhia possui 27 Centros de Vendas e Distribuição (CDs), 9 Plantas Fabris, 2 Unidades de Compra e Beneficiamento de Café Verde (Armazéns), uma Unidade Corporativa Integradora e a Escola de Serviços e Sabores.



Cappuccino
LOVERS

SEU CAPPUCCINO
PREFERIDO
AGORA NO SABOR
NAPOLITANO



tres

GRUPO
BIMBO

@BOLINHOSANAMARIA

ana Maria



O Bolinho mais querido da criançada
traz novidades!



The logo for Ana Maria, featuring the brand name in a stylized, bubbly blue font with a white outline.

A Ana Maria nasceu em 1976. Mas, para ela, a idade pouco importa porque, desde então, este sorriso aberto é o retrato da infância deliciosa que ela tem. Assim como toda criança feliz, Ana Maria brinca, estuda e faz novos amigos por onde passa. E como recompensa, ela sempre ganha deliciosos bolinhos recheados.

Exatamente esses bolinhos que nós amamos até hoje. O nome dado ao produto é uma linda homenagem do fundador da marca à sua filha, Ana Maria. Uma menina tão doce quanto o sabor inigualável dos nossos bolinhos. A Bimbo do Brasil apresenta a deliciosa explosão de sabores em Ana Maria! As novidades são a Ana Maria Triplo Chocolate, Banoffe e Avelã!

O Bolinho que mais causa suspiros na garotada não para de inovar, tornando-se sinônimo de sabor e tradição.



@BOLINHOSANAMARIA

The logo for Grupo Bimbo, featuring the word 'GRUPO' in small letters above the word 'BIMBO' in a large, bold, blue font with a white outline.

Aymoré celebra 100 anos com nove lançamentos exclusivos

Aymoré faz parte da história de Minas Gerais e completa 100 anos anunciando **dez lançamentos** inovadores que vão tornar esse momento tão importante, ainda mais inesquecível. Entre eles, há novidades na linha de biscoitos com cookies e produtos inéditos, além de doce de leite e geleia com três sabores exclusivos. O centenário promove a entrada da marca em novos segmentos que são a cara do consumidor mineiro.

LINHA DE BISCOITOS:

Um dos grandes destaques é o **Aymoré Biscuit Sensações**, biscoito com recheio de chocolate e coberto com chocolate ao leite. O produto, que é um lançamento do grupo Arcor para toda América Latina, chega ao Brasil para surpreender os paladares mais sofisticados e será destaque nas gôndolas com uma experiência única que não existe no mercado brasileiro.

Outra novidade é o **Aymoré Ouro Crock**, biscoito doce com açúcar caramelizado por cima e formato característico, será impossível comer um só durante o lanche da tarde acompanhado de um cafezinho. Além disso, tem a estreia da **linha de cookies** que chega com três sabores: baunilha com gotas sabor chocolate (também encontrado em formato lanche, de 20g), chocolate com gotas sabor chocolate e a grande inovação na linha e exclusiva do mercado de biscoitos no Brasil, o sabor Red Velvet com gotas sabor chocolate branco, sabor apreciado pelo público jovem e tendência de mercado.

Aymoré Ouro Crock e Aymoré Biscuit Sensações são edições comemorativas e limitadas, lançadas exclusivamente para o centenário da marca.

NOVAS CATEGORIAS

A marca ainda anuncia uma expansão em novos mercados que têm o DNA dos mineiros e lança uma **linha de geleias exclusiva**, nos sabores morango, amora e goiabada, com 57% de fruta na composição e o **Aymoré Doce de Leite**, com sabor marcante produzido diretamente em fazendas mineiras – produto muito requisitado pelos consumidores.

“A solidez que Aymoré tem no mercado e todo o sucesso já alcançado são ingredientes marcantes da nossa história. Por isso, preparamos para o centenário da marca uma ampliação de portfólio com produtos inovadores que certamente vão ganhar o coração dos mineiros”, comenta **Anderson Freire**, Diretor de Marketing, Pesquisa e Desenvolvimento da Arcor do Brasil.

Para atender toda a demanda e distribuição em Minas Gerais, são produzidos mais de 12 milhões de pacotes de biscoitos por mês em duas fábricas da Arcor, uma em Contagem (MG) e outra em Campinas (SP), que atuam com funcionamento 24h. São mais de 30 tipos de biscoitos doces e salgados, chocolates e panettones que agradam a toda família e estão presentes no dia a dia do consumidor mineiro.

AYMORÉ: SINÔNIMO DE TRADIÇÃO NOS LARES MINEIROS

No mercado desde 1924, Aymoré é líder absoluta no segmento de biscoitos em Minas Gerais. A marca é considerada patrimônio mineiro e faz parte da história do estado. Sinônimo de qualidade e tradição, conquistou o prêmio TOP OF MIND da Revista Mercado Comum por mais de 20 vezes.

Aymoré

100 anos

Com muuuitíssimo chocolate, o **Biscuit Sensações** chegou recheado de novidade



#100 ANOS

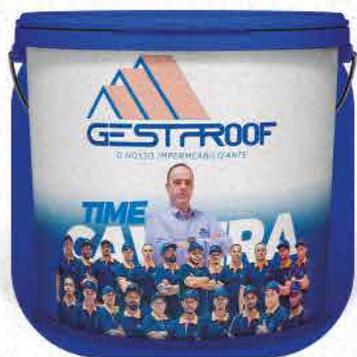
ONTEM, HOJE E SEMPRE!



SAIBA MAIS EM:
@biscoitosaymore



• SISTEMAS DE COBERTURAS •



Novidade na Gestão Engenharia

Conheça o Sistema
GestFlex – A solução completa para
proteção e durabilidade!

Nosso Sistema une:

- Proteção anticorrosiva
- Impermeabilidade
- Isolamento térmico

Garantindo segurança e alta
performance para a sua obra.

**Proteja, conserve e resista
Tudo com Sistema GestFlex!**



@ENG.GESTAO



@eng.gestao

Faça seu Orçamento
031 9 9115-5275

Acesse nosso site WWW.gestaoeng.com

#EFICIENCIAEECONOMIANODETALHE





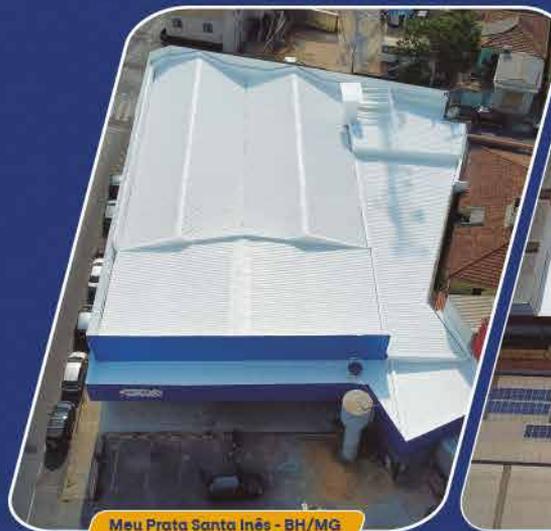
gestaoeng.com

Escaneie o QR Code e
**Acesse nosso
Instagram**
@eng.gestao



31 99115-5275

REVITALIZAÇÃO DE COBERTURAS



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.



Exemplos de Aplicação

Conheça nossa tecnologia
Gestão Engenharia
Proteção Segura



Meu Prata, Santa Inês - BH/MG

Eficiência
e economia
no detalhe!

JEQUITINHONHA ALIMENTOS LANÇA “CAFÉ SUPERIOR”, SEU NOVO CAFÉ PREMIUM, NA SUPERMINAS 2024

A Jequitinhonha Alimentos, reconhecida pela qualidade de seus cafés tradicionais, expandiu seu portfólio com o lançamento do “Café Superior”, uma nova linha premium. Localizada em Capelinha, na região do Vale do Jequitinhonha, a empresa aposta no crescente consumo de cafés gourmets no Brasil, que já representa 10% do mercado, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC). A empresa investiu em tecnologia de envase, torra e empacotamento para garantir a excelência do novo produto.

O “Café Jequitinhonha Superior” é elaborado com grãos 100% arábica, cultivados em altitudes superiores a 800 metros, na Chapada de Minas, uma região reconhecida por seu terroir ideal para a produção de cafés especiais. O produto se destaca por sua torra média e notas sensoriais que atingem quase 80 pontos na escala de cafés premium, proporcionando uma bebida encorpada e de sabor marcante, que homenageia a tradição do café brasileiro.



Com uma expectativa de produção superior a 200 toneladas anuais, a Jequitinhonha Alimentos vai distribuir o Café Superior em todo o estado de Minas Gerais. Segundo Luiz Carlos Moreira Barbosa, CEO da empresa, a entrada no segmento de cafés premium já era uma demanda do mercado. “Tínhamos a tecnologia e grãos de altíssima qualidade. Com o Café Superior, esperamos atender ao público que busca uma experiência sensorial diferenciada, além de expandir nossa presença em novas cidades”, afirma Barbosa.

A indústria também busca expandir seu nicho de atuação no envase de café para terceiros, oferecendo serviços de marca própria para redes supermercadistas. Já atendemos grandes players do setor e, agora, estamos ampliando essa oferta para incluir cafés especiais, fortalecendo ainda mais nossa presença no mercado. A moderna unidade de produção da empresa, equipada com tecnologia de ponta, tem capacidade instalada para processar 1.800kg de café por hora e é certificada com o Selo de Pureza e Qualidade da ABIC, e que opera por fluxo operacional autorizado e certificado pelo Ministério da Agricultura e Pecuária - MAPA (Registro MG 003332-4), reconhecendo a excelência dos produtos da empresa.



LANÇAMENTO



superior

como você merece!



Grãos **selecionados**, naturalmente doce, suave e com aquele aroma que mais parece um **abraço**. Esse é o café que transforma aquele momento simples em **experiências especiais**.

Esse é o Café Jequitinhonha Superior!



Aponte a câmera do seu celular e siga-nos no Instagram
@JEQUITINHONHAALIMENTOS

0800 222 8899

WWW.JEQUITINHONHAALIMENTOS.COM.BR

Igarapé apresenta sua nova linha de refrigerantes

Com mais de 30 anos de experiência no mercado, a Igarapé, líder no segmento de água mineral em Minas Gerais com as marcas Igarapé Gold e Igarapé Água Mineral, traz uma grande novidade: sua nova linha de refrigerantes!

A nova linha chega para atender os consumidores mais exigentes, oferecendo sabores populares como limão, uva, guaraná, cola e laranja, disponíveis em diferentes tamanhos: 2L, 1L e 350mL. Além disso, estamos lançando o sabor Citrus, uma opção especial para quem busca algo diferente e refrescante, disponível nas versões 500mL, 1L e 2L.

Pesquisas de mercado mostram que a fidelidade à marca Igarapé está diretamente ligada à qualidade e à confiança que o público mineiro deposita em nossos produtos. Com a expansão para o segmento de refrigerantes, reafirmamos nosso compromisso de oferecer o melhor, com um mix completo que inclui também água, gelo, energético e muito mais.

Outra grande novidade que já conquistou o varejo é a chegada da INARA! Uma água mineral com e sem gás, disponível em embalagens ecológicas de 500mL, com um design que se destaca nas prateleiras. A INARA veio para complementar o portfólio de águas da Igarapé, mantendo o padrão de qualidade e a assinatura do Grupo.

Acompanhe a Igarapé nesta nova fase, onde sabor e qualidade continuam sendo os protagonistas no mercado.



Igarapé[®]

ÁGUA MINERAL



TROFÉU
**GENTE
NOSSA**
TOP 3 DE FORNECEDORES
DE ÁGUA MINERAL



 /igarapeoficial
 @igarape_oficial
 www.igarape.com

Fale com a nossa equipe de vendas: (31) 2104-0700

Minamel: A marca líder em Mel no Sul do Brasil tem muitas novidades para o mercado

Com uma trajetória marcada por excelência e inovação, hoje somos a marca de mel mais vendida no Sul do Brasil, conquistando também uma posição de destaque em todo o país. Estamos presentes em todo território nacional, nos principais canais de distribuição como: varejo alimentar, indústria, loja de produtos naturais, farmácias entre outros.

Nosso portfólio diversificado oferece desde opções populares até uma linha premium, garantindo a melhor escolha para todos os perfis de consumidores. As embalagens, modernas e criativas, são projetadas para se destacar nas prateleiras e atrair a atenção dos clientes.

Temos produtos que abrangem tanto a linha

mesa – com mel, pasta de amendoim, açúcar mascavo e demerara – quanto a linha farma, que inclui extratos de própolis, mépolis, sprays de própolis, manteiga de cacau, entre outros.

Como referência em mel orgânico, oferecemos qualidade certificada que conquista consumidores no Brasil e no exterior. Essa dedicação à qualidade também nos permite atuar como um dos maiores embaladores e envasadores de Marca Própria do país, colaborando com grandes redes por meio de projetos em conjunto.

A cultura de inovação está enraizada em nossa história, por isso, estamos constantemente lançando novos produtos que acompanham as tendências do mercado e as necessidades dos consumidores.



Minamel, líder em vendas no Sul e a 2ª mais vendida no Brasil.*

Venha nos visitar na Super Minas
Stand: F 48ª - Pavilhão Minas
Expominas, em Belo Horizonte, MG,
nos dias 22 a 24 de outubro de 2024.

35
anos



Conheça
nossos
produtos



Garanta a variedade e a qualidade que seus clientes procuram.

Oferecemos um mix completo, da linha popular à premium, com embalagens que se adaptam a todos os perfis de consumidores.



Laticínios Porto Alegre Lança Whey UHT: Proteína de Qualidade para Todos os Perfis de Consumidor

A Laticínios Porto Alegre amplia seu portfólio e apresenta ao mercado o Whey UHT e iogurte, produto que combina praticidade, sabor e benefícios nutricionais. Com 15 gramas de proteína por porção, o lançamento se destaca por não conter adição de açúcar*, ser zero lactose, possuir baixo teor de gordura e ser adoçado com stevia**, um adoçante 100% natural. O Whey UHT da Laticínios Porto Alegre foi pensado para atender às necessidades de consumidores que buscam fortalecimento muscular, trazendo um produto com sabor único, alta concentração proteica e excelente custo-benefício.

A marca aposta na diversidade dos hábitos, personalidades e corpos dos consumidores. “É do seu jeito” é o conceito que guia esse lançamento, reforçando a importância de valorizar a individualidade e as escolhas conscientes de cada pessoa.

Com o novo Whey UHT, a Laticínios Porto Alegre oferece uma opção acessível e nutritiva para quem deseja complementar a alimentação de forma saudável e saborosa.

O que está esperando para incluir na sua gôndola?



*Contém açúcares próprios dos ingredientes.

** Somente UHT.



Siga a gente no Instagram e acompanhe nossos lançamentos.



LANÇAMENTO

WHEY É PROTEÍNA. É SABOR. *é do seu jeito.*



ZERO ADIÇÃO DE AÇÚCARES***



ZERO LACTOSE



BAIXO TEOR DE GORDURAS**

CONHEÇA E LEVE PARA SUA GONDOLA.

Castelo Alimentos abre sua primeira filial, em Minas Gerais

A Castelo Alimentos, maior empresa de vinagres da América Latina, está expandindo a sua marca, inaugurando a primeira filial. O município escolhido para a instalação foi Contagem (MG), com o início das atividades no dia 23 de outubro. A inauguração da filial acontece no mesmo mês em que a empresa comemora 119 anos de existência.

Com um investimento de R\$ 20 milhões, a filial de Contagem ocupa 10 mil metros quadrados e terá capacidade para produzir entre 10 milhões e 15 milhões de litros de vinagre por ano. Além

de atender ao mercado mineiro, a filial também reforça a presença da marca em regiões como o Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso do Sul, Bahia, Espírito Santo e São Paulo.

Em sintonia com os objetivos sociais e de mercado da Castelo Alimentos, que visam fortalecer sua presença no mercado mineiro e brasileiro, a escolha da cidade de Contagem foi estratégica, com foco em seu potencial econômico e logístico. A chegada da filial à região de Belo Horizonte também contribuirá com a geração de empregos e o desenvolvimento local.



SINÔNIMO DE SABOR DESDE 1905

A líder
em vinagres
CHEGOU EM
Minas Gerais!

“ É tão bom demais
da conta estar
um cadinho mais
perto.



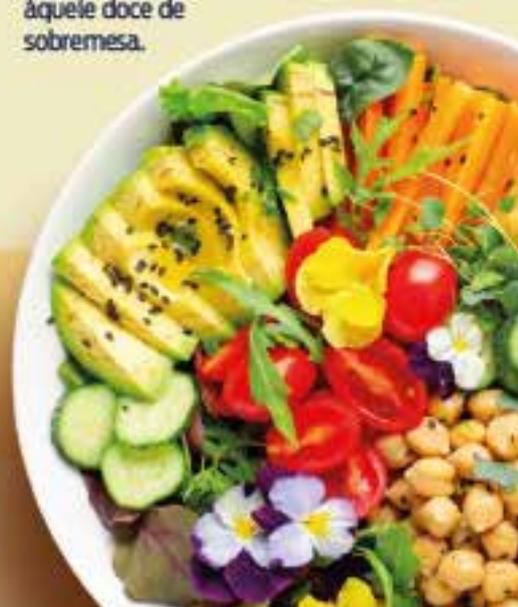
- ♥ Da saladinha do almoço
ao jantar em família,
- ♥ Do pão de queijo
àquele doce de
sobremesa.

De 22 a 24 de Outubro
Estaremos na Felra SuperMinas


SUPERMINAS
Food Show 2024

VISITE NOSSO STAND! Avenida D – Ruas 1 e 2

🌐 casteloalimentos.com.br @casteloalimentos
Tel: 4589-7043





Transforme a sua rotina com inovação

Croques lança o seu mais novo e saboroso snack: *a Pururuca!*

Com 35 anos de tradição e inovação, a Croques, empresa mineira de São João del-Rei/MG, conquistou seu lugar no mercado com produtos de alta qualidade. Especialista na produção de batatas, a Croques traz um portfólio diversificado que inclui batata chips, batata palha e batata pré-frita congelada.

A empresa dá um passo importante rumo à inovação ao lançar a Pururuca, um snack que está conquistando cada vez mais espaço no mercado.



A Pururuca Croques é a combinação perfeita *entre sabor e crocância!*

Ideal para o consumidor que busca um snack diferenciado e nutritivo.

Sua textura sequinha, aliada a ingredientes de alta qualidade, proporciona uma experiência incomparável em sabor.

Feita com pele suína selecionada

Snack com 65 g de proteína a cada 100 g

Crocante na medida certa

Zero carboidratos e gorduras trans

+58% de Colágeno

Quer conhecer mais sobre a Croques?

Acesse o site e descubra como a Croques pode agregar valor ao seu portfólio de produtos.



 [croquesalimentos](#)

 [Produtos Alimentícios Croques](#)

 croques@croques.com.br

Iluminação especializada para supermercados com a qualidade Everlight

A Everlight é referência no mercado de iluminação com soluções desenvolvidas especificamente para o setor supermercadista. Com mais de 30 anos de experiência, nossos produtos são projetados para destacar cada detalhe dos produtos expostos, tornando os alimentos mais atrativos e maximizando as vendas. Seja para as seções de hortifruti, carnes, padaria ou laticínios, nossas luminárias realçam a aparência, garantindo uma experiência de compra mais agradável e envolvente.

Cada área do supermercado exige uma abordagem luminotécnica específica, e é aqui que a Everlight se destaca. Com tecnologia de ponta, nossas luminárias são projetadas para valorizar cada produto em seu ambiente ideal. Isso significa uma iluminação precisa, que ressalta o frescor e a qualidade, tornando os alimentos mais apetitosos aos olhos dos clientes.



A Everlight é uma empresa mineira, com sede própria em Contagem, Minas Gerais, que se orgulha de oferecer soluções completas e personalizadas para o setor supermercadista. Nosso compromisso vai além da fabricação de luminárias: desenvolvemos projetos luminotécnicos sob medida, entregando não apenas produtos de alta performance, mas também resultados concretos para nossos clientes. Atendemos supermercados em Minas Gerais e em diversas regiões do Brasil, sempre com um atendimento próximo, ágil e focado nas necessidades específicas de cada negócio.



Everlight

A luz **perfeita** para **cada** produto



Linha **Everlight** para **Supermercados** e **Varejistas**. Mais beleza e economia em uma linha completa que vai iluminar seus ambientes da maneira ideal.

Ofereça a melhor **experiência** para seus clientes e **venda mais**.



everlight.com.br



Tel.: (31) 2566-8963



everlight@everlight.com.br

Maturatta Friboi lança linguiça de costela 100% bovina

Com o intuito de entregar uma experiência completa ao consumidor, com carnes maturadas, macias e saborosas, a Maturatta Friboi, marca expert em churrasco, lançou neste ano a Linguiça Maturatta, feita com carne de costela 100% bovina. O novo produto promete uma explosão de sabores, com a porção perfeita para o aperitivo do churrasco entre a família e os amigos.

A nova Linguiça Maturatta, que poderá ser encontrada nas gôndolas dos supermercados, redes varejistas e açougues, completa o portfólio da marca, que conta com uma variedade de cortes, além dos hambúrgueres de costela, picanha e fraldinha. A novidade já está disponível em todo Brasil. O lançamento faz parte da estratégia

robusta da marca para dominar o território de churrasco, que registra crescimento expressivo a cada ano. Pensando nisso, e com o objetivo de se tornar sinônimo de churrasco, a Friboi está atenta às demandas do mercado para entregar produtos cada vez mais completos e inovadores, oferecendo experiências únicas para todos os tipos de paladar.

“Para nós, o momento do churrasco é sinônimo de alegria e celebração, por isso, queremos que nossos produtos levem isso ao consumidor. Nosso objetivo é que, ao pensar em reuniões entre a família e os amigos, o nome da Maturatta Friboi seja o primeiro a ser lembrado pelos nossos clientes e parceiros”, afirma Anne Napoli, diretora de marketing da Friboi.



A LINHA MATURATTA ESTÁ COMPLETA.



Maturatta
Friboi

É CHURRASCO E PONTO

Marca **REFERÊNCIA**
de churrasco

ALTO VALOR AGREGADO
e rentabilidade para a categoria

Atrativo ao consumidor que
busca um **MIX COMPLETO**

Lançamento!



Linguiça Maturatta
com carne de costela
100% bovina!



TOZZI[®]
muito mais sabor

No café.
No almoço.
No lanche.
Na sobremesa.
No happy hour.



Tem Tozzi, com certeza.

Todo brasileiro tem Tozzi na geladeira, no armário, no fogão e na mesa. Afinal, nossas conservas, molhos, coberturas, frutas e doces fazem parte das famílias brasileiras há 25 anos, com ingredientes de alta categoria e sabor em cada refeição, tudo com o selo mineiro de qualidade.

Pode saber: se é bom, tem Tozzi, com certeza.



quest.com.br

tozzialimentos.com.br | @tozzialimentos

Visite o estande da Tozzi na SUPERMINAS 2024
De 22 a 24 de outubro • Expominas - Belo Horizonte/MG • Estande 69

Mel Santa Bárbara apresenta as novas barrinhas de proteína e alfajor sabor pão de mel: sabor e nutrição na medida certa

A Mel Santa Bárbara acaba de lançar duas novidades que prometem conquistar o público que busca aliar sabor, qualidade e ingredientes naturais no dia a dia. As novas barrinhas de proteína, disponíveis em três irresistíveis sabores, e o alfajor recheado com pasta de amendoim chegam para oferecer uma combinação perfeita entre nutrição e prazer em cada mordida. Esses lançamentos foram pensados para atender consumidores com rotinas dinâmicas, mas que não abrem mão de um lanche prático, saudável e saboroso.

BARRINHAS DE PROTEÍNA: MORANGO, DOCE DE LEITE E BRIGADEIRO

As barrinhas de proteína da Mel Santa Bárbara foram cuidadosamente desenvolvidas para proporcionar uma opção de lanche nutritivo e delicioso a qualquer hora do dia. Disponíveis nos sabores morango, doce de leite e brigadeiro, elas são ideais para quem precisa de um boost de energia ao longo da rotina, seja no trabalho, nos estudos ou nos treinos. Cada barrinha contém uma quantidade equilibrada de proteínas de alta qualidade, essenciais para a recuperação muscular e o suporte nutricional. Feitas com mel puro, que confere uma textura macia e um sabor naturalmente doce, garantindo uma experiência deliciosa e saudável. Além de práticas, as barrinhas são saborosas e perfeitas para carregar na bolsa ou mochila, oferecendo uma solução rápida para saciar a fome sem comprometer a dieta.

ALFAJOR SABOR PÃO DE MEL: UMA COMBINAÇÃO IRRESISTÍVEL DE CROCÂNCIA E SABOR

A Mel Santa Bárbara também apresenta seu novo alfajor sabor pão de mel, um doce que vai elevar o seu conceito de indulgência. Composto por um biscoito crocante, recheado com uma cremosa pasta de amendoim e coberto por uma generosa camada de chocolate, o alfajor traz uma explosão de sabores e texturas a cada mordida. O toque especial do mel garante uma doçura delicada e inigualável, proporcionando uma experiência única.

Ideal para acompanhar um café, servir como sobremesa ou simplesmente para aquele momento de prazer, o alfajor sabor pão de mel oferece o equilíbrio perfeito entre crocância e cremosidade. É a escolha ideal para transformar momentos simples em ocasiões especiais, agradando a todos os paladares.

A MARCA DE MEL MAIS VENDIDA DO BRASIL

Com esses lançamentos, a Mel Santa Bárbara reafirma seu compromisso com a excelência e inovação, sempre em busca de oferecer o que há de melhor em produtos naturais. Eleita a marca de mel mais vendida do Brasil, segundo dados da SCANNTECH, a Mel Santa Bárbara conquista cada vez mais consumidores com produtos que unem sabor autêntico, cuidado em cada detalhe e qualidade incomparável. Essa nova linha de barrinhas de proteína e alfajor sabor pão de mel é mais um passo da marca.

Lançamentos Deliciosos

PRODUZIDOS COM O MEL MAIS VENDIDO DO BRASIL.

Nossa família cresceu!

Chegaram as novas barrinhas de proteína da Mel Santa Bárbara, nos sabores brigadeiro, doce de leite e morango.

E não para por aí: o seu mix de produtos vai ficar mais completo com o nosso delicioso alfajor, um biscoito crocante com recheio de pasta de amendoim.

Aproveite os descontos exclusivos de lançamento!



Mercês Pão de Queijo na SuperMinas 2024

Com tradição e qualidade mineira, a Mercês Pão de Queijo leva o sabor autêntico do Brasil para o mundo, encantando paladares em Dubai, Coreia, EUA e muito além. Nosso pão de queijo, feito com ingredientes selecionados e preparo artesanal, já é preferência em Minas Gerais e Rio de Janeiro, e estamos trabalhando arduamente para que o melhor pão de queijo esteja em cada padaria, supermercado e na mesa para aquele lanche delicioso em todo o país.

E tem mais, presta atenção nessa novidade imperdível: estamos lançando na SuperMinas 2024 a combinação perfeita: o nosso Pão de Queijo Romeu e Julieta, feito com queijo canastra e parmesão, recheado com goiabada, um verdadeiro clássico mineiro reinventado para surpreender todos os amantes de pão de queijo. Essa deliciosa novidade estará disponível para degustação no evento, então não perca a chance de experimentar essa nova delícia no nosso stand!

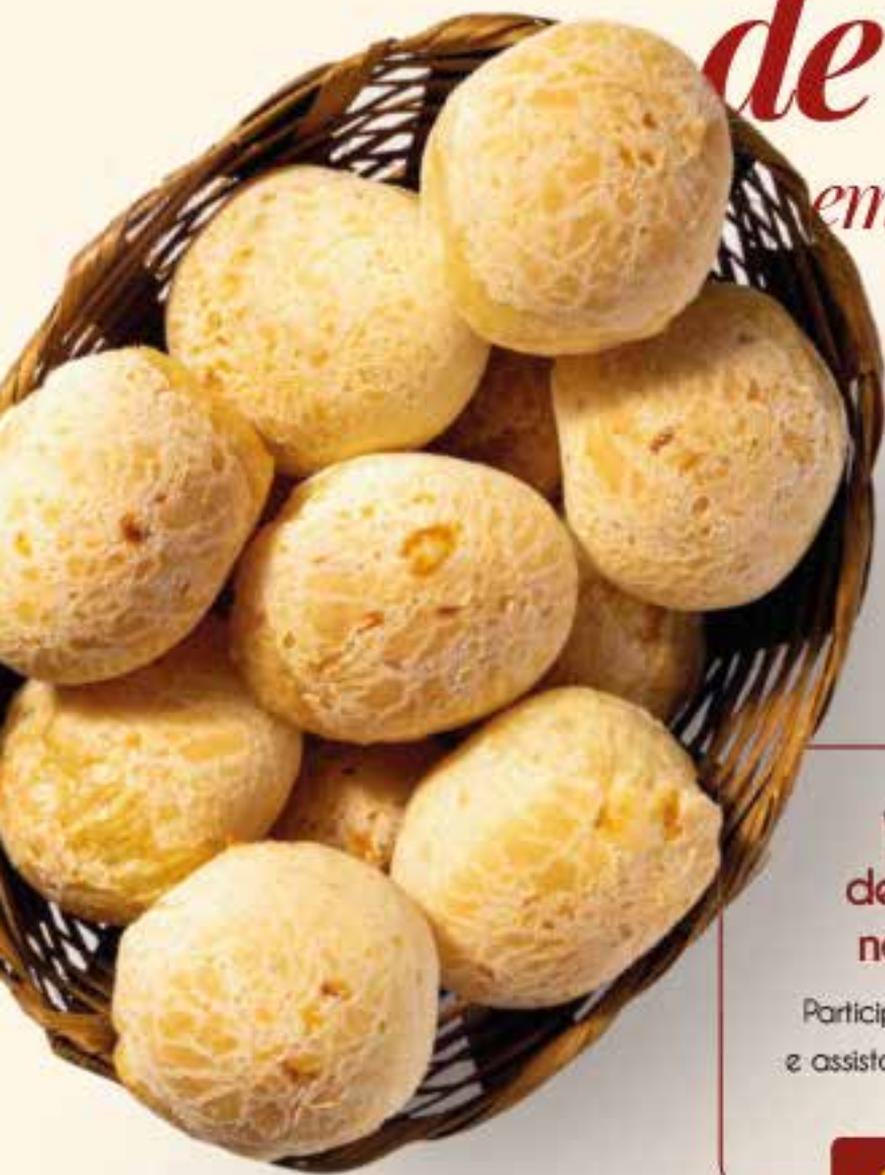
Esperamos você na SuperMinas 2024!





O Sabor Autêntico de Minas

em Cada Mordida!



Feito com ingredientes selecionados e 35% mais queijo, o Pão de Queijo Mercês traz a tradição mineira com o cuidado artesanal que você merece.

Venha provar essa
delícia no nosso stand
na *SuperMinas 2024!*

Participe de degustações, ganhe brindes e assista ao Chef Show ao vivo. Não perca!

 Av. D e E com a Rua 6

Panelas ecológicas vão contribuir para projeto ambiental

LINHA EKÓ DA MULTIFLON CHEGA ALINHADA A TENDÊNCIA NA DECORAÇÃO. PARTE DAS VENDAS SERÁ DESTINADA À UM INOVADOR PROJETO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL.

A busca pela reintegração do homem à natureza ganhou força nos últimos anos, impactando também o jeito de morar e o design de interiores e de objetos. O design biofílico ganha força na busca por ambientes mais harmoniosos, incluindo elementos da natureza. A Multiflon trouxe essa tendência para seu mais novo lançamento, a Linha EKÓ, e com ela reforça seu compromisso com a sustentabilidade.

A nova linha de panelas combina funcionalidade, beleza, estilo e respeito ao meio-ambiente. São 11 tons, em alumínio certificado, livre de metais pesados em sua composição. O alumínio é excelente condutor de calor e um material infinitamente reciclável. A novidade está nos cabos e asas, reciclados e recicláveis, produzidos sem corantes em conjunto com materiais naturais e regenerados que conferem aos acessórios uma cor verde inusitada de tonalidade única.

O revestimento antiaderente ecológico, caracte-

rístico dos produtos Multiflon, é outro ponto alto do lançamento. São 07 camadas do exclusivo STONE TECH. Reforçado com partículas minerais, ele é mais resistente ao desgaste e à abrasão e adequado ao uso superintensivo. O efeito texturizado com efeito pedra, apresentado aqui em tons de verde, confere um charme extra ao interior das panelas.

Todas essas características dão personalidade à Linha EKÓ, que em Tupi-guarani significa “viva a sua maneira” e que nos convida a buscar nosso próprio caminho, olhando para nossa casa e enxergando nela parte de quem somos, nos permitindo viver de maneira completa todo o nosso ser.

Parte das vendas da linha EKÓ será destinada para o inovador **“Caminho das Abelhas Nativas Erika Irma Glufke”**, um projeto de preservação ambiental e com cunho educativo, construído em parceria com o Apiário Abelhinha Feliz e apoio da Prefeitura de Flores da Cunha.

Multiflon

A marca de quem busca
antiaderente de verdade

Nascemos em 1987 e, com o passar dos anos, fomos crescendo de forma responsável e sustentável. Presente em todo o Brasil e em mais de 14 países, nos tornamos uma marca reconhecida e respeitada por ser referência em qualidade.

Criamos linhas com antiaderentes exclusivos, que atendem às necessidades dos consumidores mais exigentes, para encantar quem deseja explorar o dom de cozinhar.



STC/BR/19/01



Alimentos não grudam!



PFOA FREE



Fácil de limpar.



Alumínio com 99,7% de pureza



Para saber mais,
acesse nosso site.



Atóxico



Reciclável



Produzido no Brasil

Líder em tecnologia de pesagem leva inovação ao maior evento empresarial de MG

SELADORA À VÁCUO, MODELADORA DE ALIMENTOS, FATIADOR DE PEITO DE FRANGO ESTÃO ENTRE OS DESTAQUES DA SUPERMINAS

A empresa renova a sua linha de equipamentos e apresenta suas novas soluções Prix Vac, modeladora de alimentos Formatati 10 e 20 e o Fatiador de Peito de Frango Versatile, ambos pertencentes à linha Food Service MVC. Além disso, traz a atualização da Prix 7T, que pode viabilizar o autoatendimento, já que possui reconhecimento facial, visual, acionamento por voz e tudo isso é possível graças à tecnologia de inteligência artificial.

A Prix Vac, linha de seladoras da Toledo do Brasil, possui 25 modelos para atender as diferentes necessidades dos clientes que buscam oferecer alimentos mais frescos e duradouros, preservando seus sabores, textura e valor nutricional por mais tempo. Em relação ao mercado, o uso das seladoras facilita a gestão de estoque, a logística de armazenamento e transporte, e a venda de produtos com maior valor agregado devido à qualidade condicionada à sua melhor conservação.

PRESERVAÇÃO DE SABOR E NUTRIENTES

O princípio por trás das seladoras a vácuo é simples, mas eficaz. Elas funcionam removendo o ar do recipiente ou saco onde os alimentos são armazenados, criando um ambiente livre de oxigênio. Isso retarda a deterioração microbiana, o que significa que os alimentos permanecem frescos por mais tempo e reduz a chance de deterioração, mofo ou perda de sabor. As seladoras possuem design ergonômico,

modificador de atmosfera personalizável e interface simples e intuitiva que facilita o uso por qualquer operador, além de um ciclo rápido com duração de 15 a 30 segundos, proporcionando uma melhor gestão de tempo nos preparos dos alimentos.

DESPERDÍCIO ZERO E EFICIÊNCIA MÁXIMA

Outras soluções novas que estarão expostas na feira e prometem potencializar a produção em larga escala de alimentícia e fatiados são: a Modeladora de alimentos Formatati 10 e 20 e o Fatiador de Peito de Frango Versatile, que pertencem à linha Food Service MVC da companhia.

As modeladoras de alimentos Formatati 10 e 20 são equipamentos de modelagem de hambúrgueres, almôndegas, entre outros alimentos, rápidos e precisos, projetados especialmente para grandes redes varejistas. Com um design ergonômico e intuitivo, as ferramentas permitem uma produção eficiente e padronizada, evitando desperdícios e garantindo a qualidade e consistência dos produtos finais.

Por sua vez, o fatiador de peito de frango Versatile oferece uma solução para a produção de fatias finas de peito de frango, reduzindo o desperdício de peças e aumentando a eficiência operacional. Com qualidade italiana reconhecida, este equipamento é desenvolvido com peças para rendimento em alta performance, o que garante uma operação eficiente e confiável.

INOVAÇÃO PARA
NÃO PERDER NADA.
NEM TEMPO.



Embaladora Prix
a vácuo

Porcione, fatie e embale a vácuo em alta capacidade com os novos equipamentos da marca que você já conhece e confia.



Formadora Prix
de alitrantas



Fatiador Prix
de peito de frango

Toledo do Brasil
Indústria de Equipamentos Ltda.

toledobrasil.com

QUEM PÔE
NA BALANÇA,
ESCOLHE PRIX.



Novidades Italac? Lá em casa tem!

A Italac apresenta seus lançamentos na SuperMinas 2024. Os novos produtos visam atender às crescentes demandas dos consumidores por produtos saborosos e saudáveis, deixando as opções das refeições ainda mais completas.

Entre os lançamentos, destacam-se:

Aveia em Flocos Finos: Uma excelente fonte de fibras, perfeita para um café da manhã equilibrado ou um lanche leve.

Chocolate em Pó 50% cacau na versão 1kg: Desenvolvido especialmente para o setor de *food service*, este produto oferece um sabor excepcional, perfeito para aprimorar suas receitas.

Mistura para Brownie: Um mix prático que transforma sua cozinha. Basta adicionar 3 ingredientes para criar brownies quentinhos e irresistíveis, com a possibilidade de personalização.

Cappuccino em Pó tradicional e chocolate: A opção perfeita para quem busca conveniência e sabor de cappuccino feito em casa.

Italac Pro Play: A Italac relança sua linha de bebidas com 15g de proteínas. Disponível em 7 sa-

bores deliciosos, é a escolha ideal para quem busca sabor e nutrição! Perfeito para apoiar a rotina diária, ajudando a manter uma dieta equilibrada.

Os produtos Italac seguem um rigoroso processo de desenvolvimento e qualidade, além de serem produzidos com as técnicas e tecnologias mais avançadas.

SOBRE A ITALAC

A Italac é a marca de lácteos mais comprada nos lares brasileiros*, sendo a 4ª marca de bens de consumo massivo mais escolhida no país, se destacando entre as top 5 marcas do ranking nacional.

Inicialmente focada na produção de queijo mussarela, a empresa rapidamente diversificou suas linhas, lançando o leite Longa Vida em versões Integral, Semidesnatado e Desnatado, sendo a versão integral líder de vendas no Brasil**.

De origem 100% nacional, contando com mais de 3.500 colaboradores, possui fábricas, postos de captação e produção, localizados nos estados de Goiás, Minas Gerais, São Paulo, Rondônia, Pará, Rio Grande do Sul e Paraná, totalizando uma capacidade de produção instalada de 7,5 milhões de litros/dia.

Fontes:

*Fonte: Kantar, divisão Worldpanel | Ranking Brand Footprint 2024 | T. Brasil | Período: últimos 12 meses terminados em outubro.
**Fonte: NielsenIQ Retail Index | Total Brasil+C&C por canal | Total cestas NielsenIQ | Vendas volume; contribuição ponderada pela importância em valor | YTD 2023 x 2022 até dezembro

Italac®

Lá em casa tem.

LANÇAMENTOS

NOVIDADES DE NORTE A SUL DO BRASIL.

#láem
casatem



Grupo Coroa impulsiona a economia capixaba e fortalece a geração de empregos no Espírito Santo

COM QUASE UM SÉCULO DE HISTÓRIA, A EMPRESA GERA EMPREGOS, IMPULSIONA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL E INOVA COM MARCAS QUE CONQUISTAM NOVOS PÚBLICOS NO BRASIL.

Com 91 anos de atuação, o Grupo Coroa se consolidou como a principal indústria de bebidas do Espírito Santo, desempenhando um papel fundamental na economia local e na geração de empregos. Ao longo de sua trajetória, a empresa se tornou um importante motor de desenvolvimento, criando milhares de postos de trabalho, tanto diretos quanto indiretos, e contribuindo para o crescimento econômico do estado.

A fábrica-sede, localizada em Domingos Martins, é a base de uma rede de distribuição que alcança todo o Espírito Santo, com centros estratégicos em Cariacica, Cachoeiro, Ibirapu e até em Governador Valadares, Minas Gerais. O Grupo Coroa expandiu sua atuação com um parque fabril em Itabuna, na Bahia, demonstrando seu compromisso com a ampliação de mercados e a criação de novas oportunidades de negócios.

O impacto do Grupo Coroa vai além de sua contribuição econômica, sendo também um importante embaixador do Espírito Santo no cenário nacional. Com produtos que levam a essência capixaba para consumidores em todo o Brasil, o grupo reforça sua presença e influência.

O grupo é responsável pelas marcas late, carro-chefe da Coroa na região norte do estado e em

Minas Gerais, e o tradicional refrigerante Coroa, que há décadas garante refrescância e sabor às mesas das famílias capixabas. Além da linha de água mineral Campinho que se diferencia pela pureza e alta qualidade e a marca de energético Bad Wolf, focada no público jovem com uma abordagem ousada e inovadora. Sinônimo de autenticidade, Bad Wolf traz um toque moderno ao portfólio do grupo, reafirmando o compromisso da empresa em atender a diferentes perfis de consumidores com qualidade e inovação.

Em um mercado cada vez mais competitivo, é essencial que uma marca consolidada mantenha sua relevância e se destaque, por isso a inovação em produtos é uma estratégia chave para alcançar esse objetivo, permitindo que a marca se conecte com novos públicos e atenda às mudanças nas preferências dos consumidores. Com décadas de experiência e sucesso, a capacidade de inovar é crucial para continuar crescendo. Ao lançar produtos inovadores o grupo não apenas amplia seu portfólio, mas também reforça seu compromisso em acompanhar as tendências e evoluir junto com o mercado. Isso demonstra que a tradição e a inovação podem caminhar juntas, garantindo a sustentabilidade e o sucesso da marca a longo prazo.

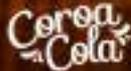


Desde 1933
COROA

Grupo Coroa
91 anos de Tradição e Inovação.



Com um legado de inovação e qualidade,
o Grupo Coroa traz o sabor capixaba
para todo o Brasil, unindo tradição
e modernidade em cada produto.





Saudali investe em melhorias na linha de produção das linguiças frescas

SISTEMA TRAZ MUDANÇAS NA EMBALAGEM E GARANTE A INOCUIDADE DO PRODUTO QUE CHEGA À MESA DO CONSUMIDOR

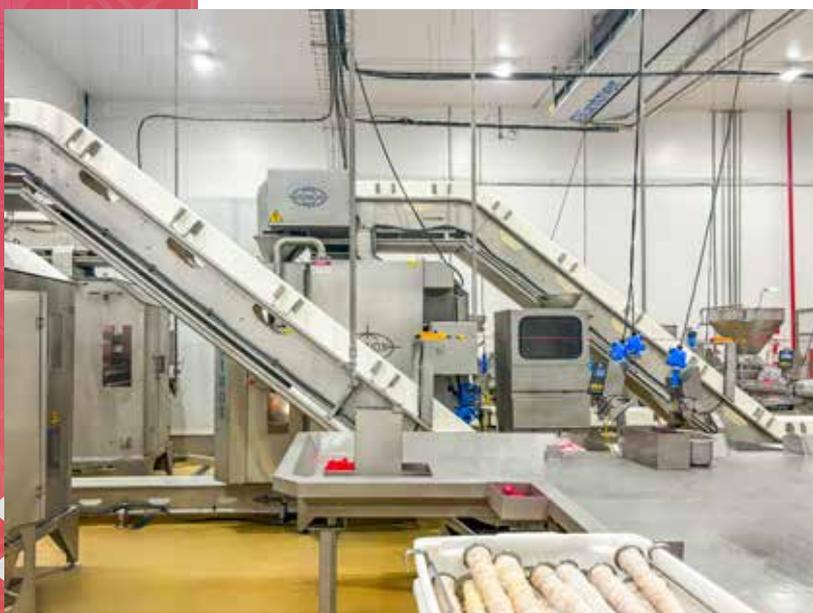
A Saudali implantou, no primeiro semestre, um novo sistema para automatização do processo de embalagem das linguiças frescas. O equipamento é composto por 3 linhas, com esteiras de alimentação, embaladoras verticais do modelo EPUPA-5000 e esteiras de retirada de pacotes prontos. As linguiças da linha Food Service foram as primeiras a serem migradas para o novo formato de produção e embalagem, com destaque para a Linguiça de Pernil 2,5kg.

De acordo com Gerente Industrial, Ângelo Marlière, o sistema agregou diversos benefícios no processo produtivo, “com maior controle dos produtos a se-

rem dosados nas alimentadoras das embaladoras, melhor condição ergonômica aos operadores e melhor resultado na padronização dos pacotes”. Há também ganhos na segurança de alimentos. “As embaladoras realizam, de forma automática, a formação dos pacotes, o que reduz o contato físico do colaborador com o produto embalado, assegurando a inocuidade do produto que chega à mesa do consumidor”, comenta o Gerente Industrial.

Os equipamentos adquiridos são da marca Usinox, forjado em aço inoxidável Aisi 304 com conceitos de fabricação voltados a indústria alimentícia, “o que facilita a higienização do maquinário, garantindo a eficiência e eficácia do processo industrial e, consequentemente, a integridade dos nossos produtos”, explica Marlière. A implantação do sistema faz parte de um projeto de ampliação e inovação da planta industrial da Saudali. Para a aquisição, a empresa investiu 2 milhões de reais, incluindo custos com o equipamento, instalação e capacitação de trabalhadores.

O Diretor Comercial, Adriano Pacheco, destaca as mudanças impactam positivamente na comercialização do produto. “Além dos benefícios em termos de segurança e ergonomia, também temos ganhos na qualidade do produto que chega ao ponto de venda, com embalagens mais práticas e eficientes em conservação do alimento. As Linguiças de Pernil são excelentes produtos e, agora, as embalagens atingiram o mesmo patamar”, analisa o Diretor.



CHURRASCO DE
1ª TEM

Saudali

NA CHURRASQUEIRA



Macromaq apresenta Empilhadeira Retrátil Hangcha Série XC – Lithium Power

A nova empilhadeira retrátil Hangcha série XC tem capacidade de carga entre 1400 a 2500 kg, velocidade de translação de até 14 km/h, altura máxima de elevação de 13.000 mm e garantia de 02 anos. Vem equipada com bateria de lítio de 80V com garantia de 06 anos, com capacidade de carregamento rápido em até 2 horas e duração da bateria em trabalho superior a 10 horas.

EXCELENTE DESIGN ERGONÔMICO

O design compacto da torre permite que o operador tenha uma visão mais ampla ao redor do lado de fora da torre. Possui assento integral suspenso, ajuste do ângulo do painel, a posição do volante pode ser ajustada, controle com mini alavancas, e a altura do pedal pode ser ajustada eletricamente.

DISPLAY COLORIDO COM INTERFACE INTERATIVA E MULTIFUNCCIONAL

O novo display colorido multifuncional de 4,3 polegadas tem botões de atalho mais convenientes, assim o console da empilhadeira economiza muitos botões físicos, tornando-o mais conciso e eficiente. Múltiplas alturas podem ser pré-definidas no display. Após a ativação da função, quando o garfo estiver prestes a ser elevado para a altura pré-definida, a velocidade de elevação diminuirá gradualmente e o garfo parará finalmente a uma altura estável definida.

Garfo horizontal - Particularmente em alturas de elevação elevadas, a posição de inclinação dos garfos é frequentemente difícil de detectar. O posicionamento horizontal automático simplifica e acelera significativamente a entrada de paletes.

Empilhamento via monitoramento de vídeo - Nossa câmera de vídeo permite o acesso preciso e rápido a locais extremamente altos. A posição da câmera nos garfos permite que os operadores controlem de forma eficiente e confiável as operações de empilhamento e recuperação de sua posição/ângulo de visão sentados.

Empilhamento com laser de posicionamento - Nossos lasers de posicionamento simplificam o processo de empilhamento e recuperação, aumentando a segurança para a carga e a prateleira. As fontes de laser são integradas nas pontas dos garfos, projetando uma linha vermelha na área à frente. Isso permite que o operador ajuste os garfos com mais precisão para entrar facilmente no palete.



Macromaq, único distribuidor autorizado Hangcha para Minas Gerais.

Chegamos em Minas trazendo tecnologia e confiança sob medida.



Anel Rodoviário Celso Mello Azevedo, 3713
Bonsucesso, Belo Horizonte - MG

Conheça a Delly's

A Delly's é a maior distribuidora Food Service do Brasil. Com um atendimento especializado, inovador e tecnológico, a marca já conquistou mais de 150 mil clientes satisfeitos. Fundada em 2015, a Delly's tem como objetivo profissionalizar e melhorar a distribuição de alimentos para operadores de restaurantes, padarias, confeitarias, hotéis, supermercados entre outros, além de um portfólio específico para o varejo. Com presença nacional e expertise de várias distribuidoras regionais que se uniram durante este período, a Delly's consolidou-se como a maior distribuidora do Brasil no seg-

mento, com um portfólio de mais de 20.000 itens.

A Delly's também possui marcas exclusivas pensadas para proporcionar um portfólio amplo e diferenciado, com itens de procedência e qualidade garantida. Nossas marcas exclusivas possuem produtos selecionados para o Varejo e Food Service, levando diferenciação para os nossos clientes. A marca Fritz&Frida faz parte deste portfólio com mais de 300 skus para atendimento ao varejo em várias categorias, como: cereais, mercearia seca, panificação, confeitaria, dentre outros. Acesse o portal: dellys.com.br



**Chegou uma
novidade**

irresistivelmente
cremosa e
saborosa.

**Não é
exagero**

**É creme
de avelã
Fritz & Frida.**



Fritz & Frida

DaColônia

Chegou o Creme de Amendoim Paçoca Zero Adição de Açúcares DaColônia, um produto nutritivo e saudável que complementa a sua dieta, seja no café da manhã ou no lanche durante o dia, enriquecendo ainda mais o seu cardápio com mais sabor e energia. Além de ser adoçado apenas com adoçantes naturais, é um produto vegano, zero lácteos e sem glúten. Ideal para aqueles que buscam uma fonte de energia equilibrada, rica em carboidratos, vitaminas e minerais.

CONSUMO

O Creme de Amendoim Paçoca Zero Adição de Açúcares DaColônia é ideal para ser consumido junto com pães integrais, biscoitos de arroz, torradas, waffles entre outros. Além de um sabor delicioso potencializa a sua dieta diária com mais nutrientes e energia.

Seja no café da manhã, antes do treino, no lanchinho da escola, no trabalho, no piquinique com a família, ele vai bem a qualquer hora e em qualquer lugar!

SEUS DIFERENCIAIS

- Certificação da ABICAB, que garante a qualidade do amendoim dentro do processo de fabricação;
- Zero Adição de Açúcares, contém apenas adoçantes naturais que contribuem para a dieta de ingestão de açúcares;
- Produto Vegano pois possui origem 100% vegetal.
- Zero Lácteos - Quer dizer que não possui adição de leite ou derivados lácteos. Ideal para pessoas intolerantes ou alérgicas à lactose.
- Sem Glúten - Produto zero Glúten na sua composição.

ONDE ENCONTRAR:

- Supermercados e Hipermercados;
- Atacarejos;
- Farmácias;
- Lojas de produtos Saudáveis;
- Lojas de Suplementos;
- Lojas de Conveniências;
- Distribuidores do Segmento entre outros.





DaColônia é líder nacional na categoria Pastas de Amendoim, com 33% de market share*



1º LUGAR NO SEGMENTO DE PASTA DE AMENDOIM DO BRASIL!



Fonte: *Scanntech/Scanshare (Jan-Ago/24).

CONHEÇA NOSSO NOVO LANÇAMENTO! Creme de Amendoim Pacoca ZERO Açúcar de Alto em Proteína e Saturada

Nosso muito obrigado a todos pela confiança e preferência!



ACESSE NOSSA LOJA VIRTUAL

@dacolonia sac@dacolonia.com.br - Fone: (51) 3409.1041

Presente na Superminas 2024, **REVISTA GÔNDOLA COMEMORA 30 ANOS**

REVISTA CELEBRA NA SUPERMINAS 2024 OS SEUS 30 ANOS DE CIRCULAÇÃO ININTERRUPTA, INICIADA NA 8ª SUPERMINAS, EM 1994, E SEGUE COMO UM DOS PRINCIPAIS VEÍCULOS DE INFORMAÇÃO E INSPIRAÇÃO DO SETOR SUPERMERCADISTA EM MINAS E NO PAÍS



Capa da primeira edição de GÔNDOLA, em outubro de 1994.

Na página ao lado, a capa da edição número 333 da revista, de outubro de 2024!

Durante a Superminas 2024, dias 22, 23 e 24 de outubro, no Expominas, em Belo Horizonte, a revista GÔNDOLA circula com nova logo, tem um espaço exclusivo de divulgação na feira e diversas ações em comemoração aos seus 30 anos de circulação impressa ininterrupta, entre elas a apresentação de um minidocumentário em vídeo sobre a revista (*acione o QR Code no final deste texto e assista o vídeo*).

A publicação, veículo oficial de informação do setor supermercadista mineiro e pertencente à Associação Mineira de Supermercados (AMIS), chega a todas as associações supermercadistas do país, tem forte distribuição nos estados do Sudeste e Sul, com grande foco e liderança em Minas Gerais.

No estado, chega a todos os supermercados associados à AMIS (95% das vendas do setor) e à indústria fornecedora do segmento, além de órgãos governamentais e agências de publicidade. “Em qualquer supermercado a que você vá em Minas Gerais, está lá a GÔNDOLA na recepção”, observa o presidente da AMIS, Alexandre Poni. “Então, os fornecedores entendem, e nós supermercadistas entendemos muito mais a importância da revista,” ressalta.

A primeira edição da revista com o nome atual, GÔNDOLA, circulou durante a 8ª Superminas, de 16 a 19 de outubro de 1994, no Minascentro. A Superminas está em sua 36ª edição. O idealizador e criador da revista é o atual Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Name-tala, em sua primeira passagem como executivo da Associação. Claret informa que em fevereiro de 1991, quando chegou para a AMIS, havia o jornal SUPERMINAS, pequeno e com circulação muito restrita.

“Nós transformamos esse jornal em revista SUPERMINAS e, logo na sequência, vimos a necessidade de deixar esse nome exclusivamente para a nossa grande feira, que hoje é o maior evento para empresários do estado de Minas Gerais,” explica Claret.



O nome é em alusão a um dos principais equipamentos da loja supermercadista, aquele que “faz a entrega” do produto ao consumidor final: a GÔNDOLA. O projeto começou na gestão de Gil Nogueira, presidente da AMIS de março de 1990 a março de 1994, e o lançamento efetivo foi na gestão de José Nogueira, no mandato seguinte.

Além da tiragem impressa, a GÔNDOLA é veiculada na versão digital – www.amis.org.br – tem newsletter semanal e iniciou há cerca de um ano, um projeto de inserção nas mídias sociais (antes eram em comum com as mídias da AMIS). Ao mesmo tempo, se mantém sólida e em crescimento na versão impressa, assim como cresce também nos meios digitais e chega a cada vez mais leitores e anunciantes. “A revista GÔNDOLA vai ser eterna, pela sua importância e pela tradição”, projeta Poni.

A confiança nessa perpetuidade da publicação, além da credibilidade, do conteúdo relevante e da força da AMIS, vem da sólida parceria com os anunciantes. “Nós temos uma gratidão muito grande a todos os anunciantes da revista nesta história, desde o início até hoje. Eles fizeram com que a GÔNDOLA se consolidasse e se mantivesse muito forte ao longo dessas três décadas”, destaca Claret. 🛒

Utilize este QR-Code para acessar o minidocumentário sobre os 30 anos da revista GÔNDOLA



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

CONSELHO SUPERIOR
Ronosalto Pereira Neves

Presidente
Mart Minas
BELO HORIZONTE
(31) 35199017

CONSELHO DIRETOR

Alexandre Poni
Presidente
Verdemar Supermercado e Padaria
BELO HORIZONTE
(31) 2105.0101

Pedro Lourenço de Oliveira

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

Jovino Campos Reis

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

José Luiz de Oliveira

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

Euler Fuad Nejm

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

Gilson de Deus Lopes

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

Ivo José de Castro

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

Bruno Santos de Oliveira

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

Luiz Antônio Tonin

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

Matheus Pereira de Souza Neves

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

Navarro Agostinho Candido

Vice-Presidente Jurídico
Supermercado Superluna
BETIM
(31) 3512.4580

Paulo Roberto dos Santos Pompílio

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

Francisco Antônio da Silva

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

Mário Roberto de Oliveira

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

Walter Santana Arantes

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

CONSELHO DIRETOR SUPLENTE**André Luiz Coelho Diniz**

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

Carlos Henrique Guedes Reis

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

Carlos Magno de Souza Fonseca

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

Cezar Roberto Silveira

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

Elisa Peres Tonin Alvarenga

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

Filipe Belizário Martins de Andrade

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

Hallison Ferreira Moreira

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

Raimundo Eustáquio Drumond Alves

Vice-Presidente Suplente
Supermercados Rex
LAVRAS
(31) 3694.1932

Roberto de Mattos Gosende

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

Rodolfo Kayser Nejm

Vice-Presidente Suplente
Grupo Supermosso
CONTAGEM
(31) 3359.7909

CONSELHO FISCAL EFETIVO
Alexandre Machado Marombá

Supermercados Rena
ITAÚNA
(37) 3241.1844

Geraldo Salvador Nascimento

Supermercado Via Bahia
BELO HORIZONTE
(31)3283-1476

José Libério de Souza

Supermercado Jositydo
DIVINÓPOLIS
(37) 3214.41.55

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

São João Supermercados
GUAXUPE
(35) 3292-1988

Adilson Yukishigue Suda

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

Allysson Vinícius Lacerda Coelho

Jácome
SJ Supermercados
CAETÉ
(31)3198-5500

Adriano Ferreira

Somar Supermercados
DIVINÓPOLIS
(37)3213-6132

Agnaldo Jair Ferreira

Supermercado Três Irmãos
GUANHÃES
(33)3421-1179

Alberto Valadares Cavalcanti

Comac
URUCUIA
(38)3634-9120

André Luiz Fialho Bitarães

Mercopaulo
VIÇOSA
(31)329-16376

André Silveira

Cereais Silveira
BARBACENA
(32) 3339.6495

Andreza Maiolini

Maiolini Supermercado
VARGINHA
(35) 2105.1807

Antônio Ferreira Barbosa

Barbosão Supermercados
ARAXÁ
(34) 3664.1100

Antonio Sérgio Magalhães

Supermercado Magalhães
CABO VERDE
(35)3736-1412

Ary Soares da Silva

Supermercado do Irmão
CARATINGA
(33) 3321.7171

Bruno Alves Farnese

Supermercado Farnetze
CAPELINHA
(33) 3516.1461

Bruno Almeida

Supermercado Almeida
ITABIRA
(31)3835-3365

Carlos Alberto Ferreira Freire

Supermercado Real
CAMPO BELO
(35)3832-7400

Cláudio Fonseca Caetano

Supermercado Rei do Arroz
SANTOS DUMONT
(32) 3251.3397

Daniel Chaves Peixoto

Panelão Supermercados
PARÁ DE MINAS
(37)3232-2499

Daniel Lucio Pereira

Supermercado Avenida
PIRAPORA
(38)3741-3449

Daniela Souza Mendes

D'Itália Supermercados
SALINAS
(38) 3841.1216

Diego Marcel Oliveira Pereira

Supermercado Tejotão
ARAGUARI
(34)3242-8090

Dolores Antônia Fonseca

Supermercado Faria de Itapeçerica
ITAPECERICA
(37) 3341.1360

Edna Lucena Neves Costa

Varejão São Geraldo
ENGENHEIRO NAVARRO
(38) 3253-1536

Eduardo Ferreira dos Santos

Supermercado Ki-Bocada
POMPEU
(37) 3523.1898

Eliane Moreira Moraes de Azevedo

Hiper Azevedo
BARÃO DE COCAIS
(31)3837-6050

Fábio Teixeira Campos

Supermercado Fidélis
BOM DESPACHO
(37) 3522.1010

Fabio Victor César

Supermercado Sacolão
ESPERA FELIZ
(32) 3746-1920

Felipe Valente

Hiper Valente
MANTENA
(33) 3241-3008

Fernando Folchito Maglioni

Supermercado Alvorada
POUSO ALEGRE
(35) 3421.2268

Fernando Villas Bóas

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

Flávio Luiz Lana

Supermercado Brasil
CONSELHEIRO LAFAIETE
(31) 3761.2644

Francisco de Assis Ferreira de Carvalho

Supermercado Super Kiko
TRÊS PONTAS
(35) 3265.2522

Geraldo Vitor da Cruz

Armazém do Povo
NOVA LIMA
(31)3541-5464

Izabel Cristina Vieira Guimarães

Supermercado Vieira
UBÁ
(32) 3531-5385

Jander de Castro Godim

Supermercado Uai
CARMO DO PARANAÍBA
(34)3851-5280

Jerônimo Pereira Machado

Supermercado São Jerônimo
PASSOS
(35) 3521.1213

João José de Melo

Stalo Supermercados
PIUMHI
(37) 3371.1723

João Neto Ferreira Cordeiro

Cordeiro Supermercados
DIAMANTINA
(38)3531-7220

José Mário de Castro Bernabé

Supermercados JB
FRUTAL
(34) 3421.1300

José Fernando Almeida Cordeiro

Supermercado Ki Joia
MONTE CARMELO
(34)38492850

José Flávio Castro

SuperBox Supermercados
CONTAGEM
(31)3398-5666

Kênio Queiroz Castro

Pontual Supermercados
ITUJUBA
(34)3262-2466

Luciano Nogueira Fernandes

Supermercado Carrossel
SÃO LOURENÇO
(33) 3322.1511

Luciano Teixeira Gonçalves

Dito Supermercados
CLAUDIO
(37) 3381.1588

Luiz Gustavo Farid Rahme

Irmãos Farid
ITABIRITO
(31) 3561-3820

Luiz Henrique Gardingo

Supermercado São João
MATIPO
(31) 3873-1400

Marco Antônio Fernandes

Organização Pais e Filhos Ltda
JUIZ DE FORA
(32) 32221710

Marcone Aparecido Nunes de Miranda

Big Mais Supermercados
GOVERNADOR VALADARES
(33) 3212-7560

Marcos César Cattani

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

Matusalém José Alves

Zebu Carnes
UBERABA
(34) 3319.0652

Mauro Lúcio Vidal

Supermercado Vidal
MANHUMIRIM
(33) 3341-1851

Mário Lúcio Abranches 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
BAMBUÍ
(37) 3431.1209

Pedro Henrique Magnabosco Afonso

Supermercado Maisa LTDA
SACRAMENTO
(34) 3351.1769

Ricardo Alencar Dias

Center Pão Supermercados
MONTES CLAROS
(38) 3212.2661

Ringley José de Faria Caçado

Super Sô
PAPAGAIOS
(37) 3274.1322

Roberto Carlos Miranda

Supermercado Prado & Miranda
LAGOIA DA PRATA
(37) 3261.2133

Rogério Luciano de Oliveira

Moderno Supermercados
PATOS DE MINAS
(34) 3821.0229

Rogério Tiago do Nascimento

Supermercado Esquinhão
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 Teça 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

PRESIDÊNCIA EXECUTIVA

Antônio Claret Nametala
Presidente Executivo
(31)2122-0500



VAREJO MINEIRO:

a cada feira, uma nova página da história

Com a chegada da SUPERMINAS 2024, já foram escritas 35 novas páginas sobre a história do varejo mineiro e sua relação com a indústria e o consumidor.

Desde 1985, ano da primeira edição da Feira, que aconteceu no salão de convenções do Othon Palace Hotel, até hoje, foram 35 edições que retratam a evolução da história do varejo.

No primeiro ano, o setor convivia desde os desafios da hiperinflação e a transição democrática, com a eleição de Tancredo Neves para presidente da República, assim como a alegria da primeira vitória de Ayrton Senna na F1 e o *Rock in Rio Festival*.

Já nos últimos anos, o setor foi obrigado a vencer os desafios novos "black swan", como a pandemia, a deflação de alimentos e a escassez da mão de obra. Sem dúvida, o varejo precisa ser ágil nas decisões, para se adaptar aos eventos das mudanças: políticas, econômicas, sociais e tecnológicas.

FEIRAS INTERNACIONAIS, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

Não apenas de fatos internos são escritas as páginas da história no varejo mineiro; afinal, participamos de uma economia globalizada. E foi pensando nestes fatos que impactam o consumo e o mercado varejista que a Associação Mineira de Supermercados (AMIS) e a Revista GÔNDOLA decidiram cobrir as principais feiras do setor no mundo, desde sua primeira edição, em 1994.

O principal objetivo sempre foi trazer, com sotaque mineiro, as informações relevantes do que se ouviu no congresso e nos corredores e que

"Nos últimos anos, o setor foi obrigado a vencer os desafios novos 'black swan', como a pandemia"

certamente irão impactar o ecossistema mundial do varejo. Para isso, a revista do *trade* mineiro recorre a enviados especiais para realizar, por exemplo, a cobertura da *Retail's BIG Show* (NRF), que acontece em Nova Iorque (USA), e a *Euroshop*, que ocorre em Dusseldorf (Alemanha), trazendo para toda a comunidade supermercadista as inovações, tendências e os principais movimentos do varejo americano e europeu.

DE ARTICULISTA A ENVIADO ESPECIAL DESDE 2017

Durante as comemorações do aniversário da revista, nós, da Vannucci Market Intelligence aproveitamos para parabenizar e todo o time da redação, editorial e em especial o chefe de redação Giovanni Peres, pelos 30 anos de muita informação e inspiração da GÔNDOLA e renovar nosso compromisso com a história do varejo mineiro e a parceria com este importante meio de comunicação. E agradecer a confiança depositada em ser um "enviado especial" para cobrir as últimas edições da NRF e Euroshop e ainda poder contribuir como articulista para o setor de alimentos & bebidas, com a coluna Mercado & Consumo.

Experiência e **GIRO EM ALTA**

A MERCEARIA DE ALTO GIRO, COMO É DENOMINADA POR MUITOS QUE ATUAM NO SETOR, É UMA DAS ÁREAS FUNDAMENTAIS PARA A BOA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Giovanni Peres

A série de reportagens inspiradas pelo Tema Anual da AMIS 2024 – A experiência do cliente – se encerra nesta que vamos apresentar nas próximas linhas para você. Uma nova série temática está compartilhando esta revista 333. Inclusive, é a reportagem de capa, inspirada no Tema 2025.

Mas saiba que embora esta seja a última do Tema 2024, nem por isso tem menos importância.

Pelo contrário, poderia ter sido a primeira. Já estivemos na área de RH, na Padaria, no Açougue, entre várias outras que contribuem para uma boa experiência. Para esta edição, reservamos a relação entre a boa gestão dos produtos básicos e a experiência do cliente.

Escolher quais seriam os básicos, às vezes é difícil, mas com a regulamentação da Reforma Tributária, iniciada em abril, o assunto está sempre



em debate e a lista de produtos que terá alíquota zero de impostos, por serem “os básicos dos básicos”, são um indicativo, embora a listagem às vezes mude de tamanho.

O que nos parece é que o consenso até o momento contempla arroz, feijão, açúcar, farinha de mandioca, fubá, farinha de trigo, óleo de soja, leite, manteiga, margarina, café, frutas, legumes, verduras, ovos e macarrão.

ALTO GIRO

Repare que, à exceção de frutas, legumes, verduras e ovos que, pode-se dizer, têm hoje uma seção exclusiva e muito bem demarcada no layout da loja, os demais itens se encaixam na grande área que está na origem dos supermercados.

Como antes de se tornarem supermercados eram mercearias, quando viraram lojas de autoserviço nos anos 50 e 60, não renunciaram aos básicos, o que muitos hoje chamam de mercearia de alto giro.

São itens que fazem parte da lista de compras permanente do cliente e uma das razões que motivou o *shopper* lembrar de sua loja e se dirigir a ela ou ao seu *e-commerce*. Imagine se não tiver uma boa lembrança depois da visita ou se a escolha se transforme em uma experiência negativa, que ficou a desejar?

“Certamente, devem ser tratados como prioridade, por se tratar de itens básicos e fundamentais”, responde Adilson Suda, Vice-Presidente Regional da AMIS em Ipatinga e presidente da Consul, cooperativa de consumo que tem 10 lojas em Ipatinga e Timóteo. “A reação do cliente quando não encontra esses itens na loja dentro da expectativa que tinha é de reclamação e frustração”, enfatiza Suda.

Um conjunto poderoso da cesta é, sem dúvida, o composto por arroz, feijão, açúcar, farinha de mandioca, fubá, farinha de trigo e óleo de soja. Segundo Suda, ele tem sido trabalhado de maneira competitiva pela Consul, “não somente na questão do preço, mas no sortimento e em diferentes gramaturas”, ressalta.

CORAÇÃO

Esse subgrupo fica no coração da seção de alto giro, e a gestão de marcas tem ficado cada vez mais atenta, para que “possamos oferecer maior sortimento aos nossos clientes, independentemente da marca”. É um subgrupo clássico, de margem estreita e de alto giro. “Devido à alta competitividade no setor e por serem itens balizadores de preço”, lembra Suda. Para se ter uma ideia da representatividade desse subgrupo – ele representa em torno de 15% da receita na Consul.

Um outro subgrupo da lista, o de leite e derivados, está também permanentemente no radar da Consul. “No que diz respeito aos leites e deri-



vados, trabalhamos as melhores marcas, visando oferecer produtos de qualidade e não entrar em guerras de preços”, destaca o Presidente Suda.

Para ovos, frutas, legumes e verduras, a área, inclusive, tem crescido no layout e no sortimento. “Aqui na empresa o FLV tem enorme representatividade, e o balizador dessa categoria está na qualidade destes produtos, no sortimento, e não o preço”.

CAFÉ E MACARRÃO

Na mesma pegada está a gestão do café: “devido à maior exigência dos clientes em consumirem produtos de maior qualidade, o que nos ajuda nas

Nas duas páginas, uma noção da importância de cereais e farináceos na mercearia de alto giro



As massas têm conquistado cada vez mais espaço na dieta básica do brasileiro, assim como faz parte o leite de vaca

vendas dos produtos especiais como cápsulas, cafés *gourmet*, dentre outros”, explica o dirigente. Afinal, é uma seção que requer muita atenção e inovação.

E para o macarrão? “Trabalhamos sempre abrangendo todos os públicos, com *mix* bem amplo, como produtos sem glúten, integrais e as massas especiais”.

NO ATACAREJO

A atenção aos básicos é igualmente forte no atacarejo. Na rede Tonin, que atua no Sul de Minas e interior de São Paulo, com 14 lojas de atacarejo e quatro de supermercados, a chamada mercearia de alto giro é “administrada rigorosamente para não ter rupturas; pode acontecer de não ter uma marca ou outra, mas sempre tem a oferta ao cliente”.

Quem relata é o Vice-Presidente da AMIS em São Sebastião do Paraíso e Diretor Geral da rede, Marcos Catanni. “Não pode falhar, por ser alimento de necessidade básica, uma vez que o consumidor não fica sem ele em sua cesta”, ressalta.

“O mercado oferece muitas opções. O importante é gerar a experimentação. Em um primeiro momento pode gerar incômodo, mas existe a adaptação, a troca da marca, por exemplo. O gestor de cada categoria tem atenção absoluta para não trazer descontentamento ao cliente”, enfatiza Catanni esse pilar da boa experiência.

FATURAMENTO

“O alto giro tem presença representativa no faturamento. Muitas vezes os produtos ficam em seções distintas, porém próximas”. Ele lembra de um produto que está entre os básicos e é “muito sensível”, o leite. “Tem que ser trabalhado com a mesma atenção de arroz, feijão, óleo, pois é referência para o cliente”, relata.

Nos laticínios básicos, é a manteiga que se destaca como de valor agregado melhor e “temos um espaço proporcionalmente maior que o da margarina”. Por falar em desempenho, Catanni comemora crescimento de 25% na seção de FLVO como um todo.

Para o café, o trabalho é de desenvolvimento contínuo em inovações em cápsulas e solúvel, sem esquecer do torrado e moído nacional e “de um foco importante no regional/local, uma vez que o consumidor procura muito”. Quanto ao macarrão, o sortimento compreende de especiais ao grão duro, as massas de ovos, as de estilo caseiro e as comuns.

REFORMA TRIBUTÁRIA

Embora com um ou outro contratempo, as discussões em relação à tributação dos alimentos têm sido menos conflitantes entre os diversos atores. A proposta enviada pelo Governo Federal pode ser considerada um dos facilitadores de a temperatura estar menos elevada para os elementos do que em outros temas da Reforma.

Na proposta do Governo, arroz; feijão; leites e fórmulas infantis; manteiga; margarina; frutas, legumes e verduras; ovos; café; óleo de soja; farinha de mandioca; farinha, cuscuz e flocos de milho; farinha de trigo; açúcar, macarrão e pão comum estariam com alíquota zero.

O Planalto propôs ainda uma lista estendida de alimentos com alíquota reduzida em 60%: carnes bovina, suína, ovina, caprina e de aves (exceto *foie gras*); peixes (exceto bacalhau, caviar e assemelhados); crustáceos e moluscos (exceto lagostas e assemelhados); leite fermentado, iogurte, bebidas e compostos lácteos; queijos; mel natural.

A lista inclui ainda mate, farinhas e flocos de aveia, arroz e outros cereais; tapioca; óleos vegetais; massas alimentícias; sal; sucos naturais, desde que sem adição de açúcar e de conservantes e polpas de frutas, entre outros. A tributação sobre estes alimentos também será reduzida em relação à atual.

VALE A PENA

Se de fato a Reforma Tributária resultar em menos tributos sobre os alimentos no Brasil, é algo que vem reforçar ainda mais as dicas e orientações trazidas nesta reportagem pelos Vice-Presidentes Regionais Adilson Suda e Marcus Catanni. Além



A partir do alto da página, alguns básicos que não podem faltar no supermercado: açúcar, farinha de trigo e óleo de soja



Ilha promocional de açúcar em redes de supermercados mineira, item também presente na lista básica da Reforma Tributária

disso, mesmo nas condições atuais, as perspectivas continuam boas para a demanda e produção da maior parte dos produtos.

Na verdade, até mesmo para o arroz, que em um primeiro momento foi foco de preocupação em razão das enchentes no maior produtor nacional, o Rio Grande do Sul, tem-se boas notícias: a produção de arroz no Brasil em 2024, segundo a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) tem previsão de alcançar 10,5 milhões de toneladas, aumento de 2,5% em relação a 2023. O Brasil consome em média 10 milhões de toneladas.

Outro produto da cesta básica, sem preocupação, é o açúcar. A produção de açúcar no Brasil deverá atingir um recorde de 46,29 milhões de to-

neladas em 2024/25, com crescimento de 1,3% ante o volume do ciclo anterior, que havia sido o maior já visto, mesmo diante da expectativa de uma safra de cana-de-açúcar menor, aponta a Conab.

O mesmo vale para trigo e derivados. A Conab estima que a área nacional destinada ao trigo em 2024 será de 3,26 milhões de hectares, o que representa uma redução de 6% em relação ao ano anterior. No entanto, há uma perspectiva otimista em relação à produtividade média nacional, com um possível aumento de 26%, alcançando 2,937 toneladas por hectare. Isso poderia resultar em uma produção total de 9,587 milhões de toneladas, incremento de 18,4% em comparação com o ano de 2023. 🛒

Supermercadista, chegou a hora de você salvar as datas dos eventos de 2025

MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO
19 e 20 SEVAR SUPER ENCONTRO VAREJISTA 2025 POUSO ALEGRE	3 TROFÉU GENTE NOSSA FORNECEDOR 2025 MONTES CLAROS	28 LÍDERES DO VAREJO 2025 SUPERMERCADOS EM FÓRUM MONTES CLAROS	10 LÍDERES DO VAREJO 2025 SUPERMERCADOS EM FÓRUM POÇOS DE CALDAS
26 LÍDERES DO VAREJO 2025 SUPERMERCADOS EM FÓRUM PATOS DE MINAS	9 e 10 SUPER INTER 2025 SUPERMERCADOS EM FÓRUM JUIZ DE FORA	22 VII FÓRUM MINEIRO DE PREVENÇÃO, MARKETING E INOVAÇÃO BH	25 E 26 SEVAR SUPER ENCONTRO VAREJISTA 2025 IPATINGA
JULHO	AGOSTO	OUTUBRO	NOVEMBRO
9 e 10 SUPER INTER 2025 SUPERMERCADOS EM FÓRUM UBERLÂNDIA	13 E 14 SEVAR SUPER ENCONTRO VAREJISTA 2025 DIVINÓPOLIS	21, 22 e 23 SUPER MINAS Food Show 2025 BELO HORIZONTE	11 Fórum mineiro DE GESTÃO DE PESSOAS DO SETOR SUPERMERCADISTA Fórum Gestão De Pessoas
			12 comitê AMIS PREVENÇÃO DE PERDAS Fórum Prevenção de Perdas
			18 TROFÉU GENTE NOSSA SUPERMERCADISTA 2025 SUPERMERCADISTA

2025



*Datas sujeitas a alterações.

Mart Minas abre vagas para 70+ com oportunidades nas lojas e no setor administrativo

O Mart Minas está com diversas vagas abertas para contratação de pessoas com 70 anos ou mais (70+). Pessoas que fazem parte desse grupo e estão em busca de uma oportunidade profissional podem comparecer a uma das lojas com o currículo ou enviá-lo pelo site (www.martminas.com.br/trabalhe-conosco). Outra opção é compartilhá-lo pelo WhatsApp (31 97184-2192).

As vagas para pessoas com 70+ possuem carga horária de 30 horas semanais, de terça a sábado, proporcionando flexibilidade e

uma rotina adaptada. A direção da empresa avalia que oferecer oportunidades para pessoas com mais de 70 anos é uma ação que vai além do mercado de trabalho, promove inclusão e valorização da experiência de vida.

Esses profissionais trazem consigo conhecimento e comprometimento e são um exemplo de dedicação e resiliência.

Além disso, ao integrar esse grupo no ambiente profissional, empresas como o Mart Minas reforçam seu compromisso social, estimulando a diversidade etária e proporcionando a essas pessoas a chance de continuar ativas, realizando contribuições valiosas tanto para o negócio quanto para a sociedade.



Friboi inaugura centro de distribuição em Contagem, na Grande BH

A Friboi, empresa da JBS, inaugurou em setembro seu novo Centro de Distribuição (CD) em Minas Gerais. Instalado em um condomínio logístico compartilhando um terreno de 127 mil metros quadrados (m²), sendo 26 mil m² de área construída, o novo espaço está localizado no município de Contagem, no centro logístico da Smartlog – parceiro da JBS. O novo CD tem como objetivo ampliar a capacidade de logística e atendimento, com projeção de realizar 10 mil entregas por mês em 2024, apoiando o crescimento das vendas do negócio na região.

Localizado estrategicamente próximo da Rodovia BR 040, o CD atende às seguintes regiões: Belo Horizonte e Região Metropolitana, Central, Norte, Centro Oeste, Sudeste, Vale do Aço, Vale do Rio Doce e Zona da Mata. O espaço também vai facilitar o acesso a um mix de produtos ainda mais diversificado e que inclui as tradicionais linhas Friboi, Reserva, Maturatta, Do Chef, 1953 e a Black Friboi.

“Além do aumento da capacidade de estocagem, também haverá o aumento da frota de caminhões, gerando emprego e renda para a região”, destaca o Gerente Regional de Logística da Friboi, Jorimar Basso. O novo CD, que teve investimentos de R\$ 320 mil para compra de equipamentos, vai gerar 73 novos empregos indiretos e atenderá a cerca de 6.500 clientes.



Supermercados BH reforça presença em Igarapé, com 3ª loja na cidade

No dia 10 de outubro de 2024, o Supermercados BH inaugurou sua mais nova unidade na cidade de Igarapé e reforçou sua presença na cidade da Grande BH. O novo ponto fica na avenida Getúlio Vargas, 1649, no bairro Padre Eustáquio e disponibiliza área de vendas com mais de 1.300 metros quadrados. A terceira unidade do Supermercados BH na cidade está equipada ainda com 12 checkouts e estacionamento com mais de 120 vagas. Com essa inauguração, com o formato de supermercado, a rede gerou 100 novas oportunidades de emprego, contribuindo para o crescimento econômico da cidade e região. A loja oferece ainda uma variedade de



Ignácio Costa

produtos, incluindo mercearia, hortifrutigranjeiros, bebidas, cuidados pessoais, artigos de limpeza, frios, laticínios, produtos regionais e uma ampla linha de marca exclusiva. A loja também conta com seções dedicadas a produtos para casa, automóveis, pets e itens para festas.

Produção de carne suína e de frango deve atingir novo recorde em 2025

A produção tanto de carne suína como de frango pode atingir um novo recorde em 2025. Influenciada por uma demanda internacional aquecida e um bom ritmo no mercado interno, aliada a uma conjuntura de custos controlados, fruto dos menores patamares de preços de grãos, projeta-se, para a carne suína, produção da ordem de 5,45 milhões de toneladas. Já para a carne de frango, as projeções apontam para uma produção de 15,51 milhões de toneladas. Os dados foram divulgados pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab). O bom desempenho projetado contribui para manter a produção das três principais proteínas animais (frango, suíno e bovino) no país em torno de 30,75 milhões de to-



Divulgação

neladas, volume estável quando comparado com o estimado para este ano. Em 2025, a boa produção projetada para frangos possibilitará que as vendas ao mercado externo aumentem cerca de 1,9% quando comparado com o volume de embarques projetado para este ano, podendo chegar a 5,2 milhões de toneladas. Cenário semelhante é esperado para o mercado suíno. A produção recorde de carne possibilitará incremento tanto no mercado interno como no externo quando se compara 2025 com 2024. Para o ambiente doméstico, a alta projetada é de 1,1%, com uma oferta estimada em 4,2 milhões de toneladas. Já para as exportações, a Conab projeta um volume de 1,27 milhão de toneladas, elevação de 3%.

Supernosso inaugura loja nas proximidades da Praça da Liberdade, em Belo Horizonte

O Grupo Supernosso inaugurou dia 10 de outubro, mais uma unidade em Belo Horizonte, desta vez, na avenida João Pinheiro, 500, em frente à Praça da Liberdade. A nova loja conta com mix de produtos diversificado, como adega com mil rótulos, seção de hortifrúti, mercearia, bomboniere importada, padaria e bazar.

Divulgação



“Estamos com ótimas expectativas com a nova unidade. O local é estratégico e de fácil acesso a diferentes bairros de BH. Assim, podemos levar o máximo de qualidade em produtos e atendimento aos clientes, de acordo com nosso propósito de facilitar o abastecimento de lares e negócios e a aquisição de produtos quando e onde o cliente quiser”, afirma o vice-presidente do grupo, Rodolfo Nejm.

Com 820 metros quadrados em área de venda, a nova unidade dispõe de espaços de autoatendimento; contará com estacionamento próprio e terá funcionamento de segunda a sexta-feira, das 7h às 22h. E, aos sábados, domingos e feriados, das 7h às 21h.

Com projeções de faturamento de R\$ 4,5 bilhões este ano, a rede prevê mais duas inaugurações até dezembro: uma loja Supernosso na avenida Abraão Caram, na Pampulha, e uma unidade do Apoio Mineiro, em Caeté.

Gestão Engenharia entrega duas novas obras do setor supermercadista

A Gestão Engenharia, especializada em Sistemas de Coberturas, vem ganhando espaço no setor supermercadista, revitalizando os telhados de várias redes com sua tecnologia inovadora e sustentável, capaz de enfrentar qualquer problema e patologia, colocando fim nos vazamentos, reduzindo a temperatura interna do ambiente e prolongado a vida útil, sem parar a operação do cliente. Neste mês de outubro entregamos mais projetos. Desta vez, Meu Prata Supermercados contratou duas da unidade do bairro Santa Inês na capital, e a Erlan

Foods, na cidade de Uberlândia. Conforme Gustavo Pércope, Diretor Comercial, “a parceria com a Amis tem gerado

cada vez mais oportunidades aos seus associados de estar conhecendo o nosso trabalho, pois apresentamos resultados concretos visando sempre dar segurança e vida útil a suas coberturas. Já trabalhamos em outras unidades do setor varejista e mostramos na prática que recuperar o telhado sem paralisar a atividade de forma eficiente obtém resultados significativos para a operação, além é claro dos 10 anos de garantia sem manutenção”.



Consumo dos Lares Mineiros cresce 2,68% de janeiro a agosto

No acumulado de janeiro a agosto, os supermercados mineiros registraram aumento médio de 2,68% no consumo das famílias nas lojas do setor, em comparação com o mesmo período do ano passado. Em agosto, sobre o mesmo mês de 2023, também houve crescimento na demanda, com expansão de 1,71%. Os números são do Índice de Consumo dos Lares Mineiros, pesquisa mensal da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), com empresas de todos os portes e em todo o estado. A pesquisa, já deflacionada pelo IPCA/IBGE, mostra também que na comparação de agosto com julho deste ano, os consumidores aumentaram em 2,94% as compras nos

supermercados do estado. O Presidente Executivo da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), Antônio Claret Nametala, atribui o desempenho, tanto sobre julho, quanto no acumulado ao ano, ao melhor ambiente econômico do estado, como as taxas de desemprego em queda e a melhora nos níveis de renda dos trabalhadores mineiros. “O comportamento da demanda em supermercados é muito sensível à renda do consumidor e à estabilidade financeira das famílias. Portanto, o maior número de pessoas no mercado formal de trabalho é um indicador importante de maior consumo num setor essencial no dia a dia dos lares”, pondera.

Bahamas Mix abre segunda loja em Araxá

O Grupo Bahamas tem agora mais uma loja da bandeira Bahamas Mix, bandeira de atacarejo do grupo, em Araxá, no Alto Paranaíba. A inauguração foi dia 15 de outubro, às 9h, na rua Santo Antônio, 1311, bairro Santo Antônio, antigo campo do Vila Nova. A estrutura da nova loja conta com 6 mil metros quadrados de construção em área total de 14 mil metros quadrados, o que possibilita a expansão e novos empreendimentos no futu-



Divulgação

ro. A unidade conta com 14 checkouts e 226 vagas de estacionamento. Além do sortimento da loja de atacarejo em si, o complexo comercial terá farmácia, lanchonete e o Bahapet, atacarejo pet e garden do grupo. Ao todo o grupo opera 78 unidades em diversas bandeiras e canais de vendas. Atualmente são 51 unidades na Regional Zona da Mata e 27 unidades na Regional Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba.

Bretas doa kits ecológicos para celebrar o Dia das Crianças

A rede Bretas realizou doação dia 4 de outubro, à instituição Cidade dos Meninos, em Ribeirão das Neves, na Grande BH. Em homenagem ao Dia das Crianças, foram entregues 200 kits com estojos escolares para jovens em situação de vulnerabilidade social acolhidos pela instituição. A ação une cuidado com o próximo e a sustentabilidade por meio do projeto Costura Criativa. A história dessa entrega envolveu o trabalho de muitas mãos e começou há mais de um ano nas lojas



Divulgação

do Bretas. Os estojos de lápis doados são resultado do reaproveitamento das centenas de lonas e banners utilizados para divulgar as campanhas do supermercado. A reciclagem do material é feita através de uma parceria com o coletivo de mulheres Marias Vão Com as Outras Sim!, que utiliza a costura criativa para transformar as lonas em ecobags, mochilas, estojos e até aventais infantis. Os produtos são adquiridos pelo Bretas e, posteriormente, doados para entidades de apoio a crianças.



Você conhece os serviços jurídicos OFERTADOS PELA AMIS?

A MIS oferece a todo associado acesso ilimitado a um Departamento Jurídico voltado exclusivamente para defender e proteger seus interesses. De olho na legislação, nossa equipe está atenta às eventuais alterações que possam, de alguma forma, impactar o setor supermercadista. De maneira resumida, o Jurídico AMIS oferece:

- defesa dos interesses do setor supermercadista através de diálogo permanente com órgãos públicos e privados, tais como Ministério do Trabalho, Receita Estadual, Procon's, Ipem, Vigilâncias Sanitárias, Sindicatos e vários outros;
- orientação acerca de negociações coletivas, agora, inclusive, com atuação direta através do Sindsuper-MG, que representa 746 municípios, incluindo Belo Horizonte;
- consultoria nas áreas de Direito Empresarial, Civil, Consumidor, Trabalhista, Tributário e de Fiscalização do Comércio (Vigilância Sanitária, IEF, IBAMA, Ipem, Procon's e outros pertinentes);
- elaboração de defesas administrativas para o Ministério do Trabalho, Vigilância Sanitária, Ipem e Procon's;
- envio de comunicados jurídicos via e-mail, informando sobre alterações na legislação ou fato importante que impacte de maneira significativa o setor supermercadista;
- publicação de textos jurídicos informativos na Revista Gôndola e demais meios de comunicação da AMIS;
- ICMS: acesso à listagem atualizada de mercadorias e sua respectiva situação tributária e alíquotas;
- PIS e COFINS: acesso à listagem atualizada de mercadorias e sua respectiva situação tributária e alíquotas;
- cursos jurídicos;
- cursos ministrados pelo próprio órgão fiscalizador (Receita Estadual, Procon Estadual e IPEM). A participação nesses cursos é exclusiva para associados;
- elaboração de pareceres jurídicos e,
- Comitês Jurídicos (Geral, Tributário, de Segurança dos Alimentos e de Sustentabilidade), exclusivo para associados.

Fique atento e não perca tempo! Alguns serviços, para chegarem até o associado, dependem de um cadastro atualizado. Por isso, é muito importante manter e-mail, endereço e telefone sempre atualizados para que esse "mundo de informações" chegue até você!

INVISTA EM CONHECIMENTO E SAIA NA FRENTE DO MERCADO!



29 e 30
8h30 às 12h30



Repositor Inteligente: Excelência
no Gerenciamento de Produtos



29 e 30
8h30 às 12h30



Inovação e sustentabilidade
no Varejo



30
8h30 às 12h30



Inteligência Artificial
no Supermercado: da Teoria
à Prática

GÔNDOLA 30 ANOS

INFORMANDO E INSPIRANDO

A Gôndola completa 30 anos!
Nova logo, mesma paixão e tradição.

A Gôndola é a revista oficial do setor supermercadista mineiro. É o elo entre a Associação Mineira de Supermercados (AMIS), os supermercadistas de Minas Gerais e indústrias fornecedoras de produtos e serviços.

Venha e celebre conosco! Visite a nossa exposição, você fará uma viagem no tempo na trajetória da revista.



PISO 1, PRÓXIMO AOS AUDITÓRIOS