

# Gôndola

OUTUBRO 2022

## Figital, uai!

Em sintonia com o varejo dos principais centros mundiais, redes de supermercados mineiras avançam na adoção de ações que unem o melhor de dois mundos – o físico e o digital – que, integrados, multiplicam oportunidades e vencem o desafio de atender o cliente do jeito que preferir. É a era figital cada vez mais presente em Minas e até com algum sotaque: conheça vários casos de sucesso e entre também nesse trem.

## e mais:

**SUPERMINAS I – PROGRAMAÇÃO: VEJA OS DESTAQUES QUE INDICAMOS**

**SUPERMINAS II – UM GUIA COM LANÇAMENTOS DA FEIRA PARA SUA EMPRESA**

**QUATRO CANTOS – SUPERMERCADISTAS MINEIROS DO SUL, NORTE, LESTE E OESTE E SUAS EMPRESAS**

**ENTREVISTA ESPECIAL – ALEXANDRE PONI, DA REDE VERDEMAR E PRESIDENTE DA AMIS**



biohair



# RECONHECIDO PELO MERCADO:

**MELHOR** RELAÇÃO CUSTO X BENEFÍCIO  
**DA CATEGORIA.**



# Gulozitos<sup>®</sup>

**GULÃO**

**GLOSSAURO**  
ASSADO

**GULA**  
Chips

**Gulozinhos**

**GULA** STICKS

**Gula**  
SKIN

**Gula** light

**Frutyos**

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





*Está no Coração da Gente*



Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão



Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão



Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão



Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão Gulaão



Gulo Gulo Gulo Gulo Gulo Calozinha Calozinha Calozinha Calozinha



Gula Gula Gula Gula Gula Gula Gula Gula



# Sempre juntos

Como falar da escolha da reportagem de capa de uma edição se um dos responsáveis pela escolha, o editor, teve a honra de ser o repórter que a produziu? Este é o caso da reportagem “Figital, uai”, que é o destaque desta GÔNDOLA 311, que circula na Superminas 2022 e é enviada também para seus leitores em Minas e em todo o País. Você, leitor, será o juiz. Ficarei aqui na torcida, mas bem otimista. Acho que o assunto é de extrema atualidade e tive a oportunidade de contar com boas fontes de informação e conhecer casos muito interessantes que já são realidade em Minas. Não deixe de conferir. Qualquer coisa, mande mensagem para nossa seção “Contato com a Redação”, que teremos satisfação em publicar sua opinião. Outra que recomendo, logo na sequência, é a entrevista que fizemos com o Alexandre Poni, que é presidente da AMIS e sócio proprietário da rede Verdemar Supermercados. Ali você vai conhecer melhor este apaixonado pelo comércio. Terminada a leitura das duas, siga em frente para o conjunto de matérias relativas à Superminas 2022, com informações úteis para sua participação no evento, tanto na área do conhecimento, como na de negócios. Ainda no conteúdo voltado para Superminas você vai se surpreender com uma reportagem sobre cinco supermercadistas das diferentes regiões de Minas que estão presentes no Expominas neste megaevento. E para arrematar sua leitura, temos nas últimas páginas da revista uma matéria com excelentes dicas para aprimorar a gestão de sua categoria de empanados, que boas oportunidades tem oferecido. Outra coisa. Repare na expressiva quantidade de anunciantes presentes nesta edição. Agradecemos a cada um deles o apoio e pedimos a você que os prestigie sempre que possível. Então, seja na Superminas 2022, na sua casa ou empresa, estamos sempre juntos.

Boa leitura!

Giovanni Peres  
Editor

## SUMÁRIO



### REPORTAGEM DE CAPA

O figital ganha espaço em Minas e está só no começo

# 10

## 24

### ENTREVISTA EXCLUSIVA

Alexandre Poni, da rede Verdemar e presidente da AMIS

## 36

### SEVAR ZONA DA MATA

Evento será Superinter em 2023

## 54

### SUPERMINAS I

Confira destaques da programação de palestras

## 82

### SUPERMINAS II

Lançamentos à sua espera na Feira de Negócios

## 94

### TENDÊNCIAS E CONSUMO

A geolocalização fazendo a diferença

## 98

### EM SINTONIA COM O MERCADO

Boas oportunidades na categoria dos empanados

22 ARTIGO FIGITAL

42 NOTAS E NEGÓCIOS

40 COMITÊ TRIBUTÁRIO

106 ARTIGO JURÍDICO

## Gôndola

Veículo oficial da Associação Mineira de Supermercados (AMIS)



**Redação e escritório:** Avenida Barão Homem de Melo, 2200 - Estoril - Belo Horizonte - MG - CEP 30.494-080 - Tel. 31 2122.0500

**Presidente da Associação Mineira de Supermercados (AMIS)** Alexandre Poni (Verdemar) **Presidente Executivo** Antônio Claret Nametala **Gerente de Comunicação** Adenilson Fonseca **Revista Gôndola Conselho editorial** Epifânio Parreiras (Grupo Supernosso), Gilson de Deus Lopes (Supermercado 2 B), Ismael Carrijo (Rede Badião/Supermercado União) e Roberto Gosende (DMA) **Editor e jornalista responsável** Giovanni Peres (reg. prof. 03065jp) gperes@todavozeditora.com.br (31) 38797422 e 999841990 **Repórter** Adenilson Fonseca (adenilson@amis.org.br) **Capa** Criação de Thiago Freitas **Fotografia** Ignácio Costa e Freepik Stock **Designer gráfico** Sandra Fujii **Revisor** Pedro Vianna **Impressão** EGL Editores **Distribuição** EBCT **Comercial** Pedro Gosende (pedro.gosende@amis.org.br) tel.: (31) 2122.0553 **Executivo de negócios** Lucas Miranda (lucas.miranda@amis.org.br) **Recebimento de anúncios** Lucas Miranda (lucas.miranda@amis.org.br) tel.: (31) 2122.0528 **Os textos assinados não refletem, necessariamente, a opinião da revista GÔNDOLA. Para edições anteriores, problemas no recebimento da revista ou pedidos de inclusão na listagem de destinatários da publicação ou de assinaturas, contate** Luana Rangel - tel.: (31) 2122.0500 (relacionamento@amis.org.br)



**Bem sustentável**

# Sustenta bilidade

Um assunto que a gente  
compartilha com **muita alegria.**

A **Bem Brasil** cuida da sua batata do campo até a mesa. Tudo pra garantir um produto responsável, que respeita o meio ambiente, sem conservantes e zero gordura trans, para trazer mais sabor e alegria para toda a família.

**A batata mais vendida do Brasil\*,  
com a qualidade de uma  
marca 100% brasileira.**



 [batatasbembrasil](#)  [bembrasilalimentos](#)

**BemBrasil**  
Alimentando bons momentos

\*Segundo Kantar e Nielsen 2021.



## BEM-VINDOS!



Alexandre Poni  
Presidente do Conselho  
Diretor da AMIS

**B**em-vindos, caros amigos supermercadistas e fornecedores, ao Expominas. É com grande satisfação que saúdo a todos que estão participando da Superminas 2022. Desde 2020, esperamos por este momento, adiado pela pandemia da Covid-19. Ao longo destes três dias – 18, 19 e 20 de outubro – estaremos juntos, compartilhando as oportunidades que só um evento como a Superminas pode oferecer.

Você, supermercadista, aceitou nosso convite e tenho certeza que o conhecimento, o relacionamento e os negócios que vai vivenciar nesta edição serão marcantes, tanto em sua vida pessoal, quanto na empresarial, independente do porte de sua empresa. A Superminas está completando sua 34ª edição e várias gerações têm colhido seus frutos ao longo dos anos.

Posso dar como exemplo minha própria experiência, uma vez que frequento a Superminas desde que me tornei associado à Associação Mineira de Supermercados (AMIS) e tínhamos, na época, uma única e pequena loja. Hoje, o Verdemar se tornou uma rede, que está próxima de celebrar seus 30 anos, e tenho a honra de presidir, também, a AMIS. Na Superminas, sempre procurei acompanhar ao máximo a programação da área do Conhecimento (neste ano são mais de 70 palestras) e tentava visitar todos os estandes da Feira de Negócios.

Por falar na Feira, você, fornecedor, também atendeu ao chamado da AMIS. Saiba que são os fornecedores uma das razões do sucesso da Superminas. Como patrocinadores e/ou expositores, aqui presentes ratificam seu compromisso com os supermercadistas mineiros. São mais de 500 empresas fornecedoras expondo seus produtos e serviços nesta Superminas 2022, que esperamos que sejam prestigiadas por, aproximadamente, 55 mil visitantes nestes três dias de evento no Expominas.

A todos, dou minhas boas-vindas, mais uma vez, e apresento meus votos de muito sucesso.

É tempo de Superminas!

# QUEM SE ATREVE A PROVAR?



EDIÇÃO  
LIMITADA



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**

**Ronaldo Pereira Neves**  
Presidente do Conselho Superior  
Mart Minas  
Belo Horizonte  
(31) 3519-9017

**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 Supermercados Bahamas  
Juiz de Fora  
(32) 3249-1013

**Bruno Santos de Oliveira**  
Vice-Presidente de Relacionamento com Autoridades e Entidades de Classe  
Supermercados BH  
Belo Horizonte (31)3117-2600

**Carlos Ernesto Topal Ely**  
Vice-Presidente de Desenvolvimento Tecnológico  
Carrefour  
Belo Horizonte  
(11) 2103-5606

**Cezar Roberto da Silveira**  
Vice-Presidente de Desenvolvimento de Centrais de Negócios  
Supermercado Silveira  
Barbacena  
(32) 3339-6495

**Euler Fuad Nejm**  
Vice-Presidente de Relacionamento com Fornecedores  
Supernosso/ Apoio Mineiro  
Contagem  
(31) 3359.3301

**Francisco Antônio da Silva**  
Vice-Presidente de Desenvolvimento Profissional e Empresarial  
Uberaba Supermercados  
Belo Horizonte  
(31) 3408-9900

**Gilson de Deus Lopes**  
Vice-Presidente de Eventos  
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  
Supermercado Super Vivo  
Belo Horizonte  
(31) 3442-4177

**Paulo Roberto dos Santos Pompílio**  
Vice-Presidente  
Abastecimento, Segurança dos Alimentos e Relacionamento com o Consumidor  
Extra  
Belo Horizonte  
(11)3779-6333

**Matheus Pereira de Souza Neves**  
Presidente da AMIS  
Jovem e Vice-Presidente de Desenvolvimento de Sucessores  
Mart Minas  
Belo Horizonte (31)3519-9000

**Navarro Agostinho Cândido**  
Vice-Presidente Jurídico  
Supermercado Superluna  
Betim  
(31) 3512-4580

**Walter Santana Arantes**  
Vice-Presidente de Comunicação, Marketing e Relacionamento com Imprensa  
Grupo DMA  
Epa Plus / Mineirão  
Belo Horizonte  
(31) 3389-5569

**SUPLENTES DO CONSELHO DIRETOR**

**André Luiz Coelho Diniz**  
Vice-Presidente Suplente  
Supermercados Coelho Diniz  
Governador Valadares  
(33)3221-2550

**Carlos Henrique Guedes Reis**  
Vice-Presidente Suplente  
Supermercado Bahamas  
Juiz de Fora (32)3249-1013

**Carlos Magno de Souza Fonseca**  
Vice-Presidente Suplente  
Center Box Supermercado  
Pouso Alegre (35) 3422-7609

**Hallison Ferreira Moreira**  
Vice-Presidente Suplente  
Verdemar Supermercado e Padaria Belo Horizonte  
(31) 2105-0101

**Ismael Ferreira Carrijo**  
Vice-Presidente Suplente  
Supermercado União  
Araguari  
(34) 3218-1019

**Roberto de Mattos Gosende**  
Vice-Presidente Suplente  
Grupo DMA  
Epa Plus / Mineirão  
Belo Horizonte  
(31) 3389-9469

**Rodolfo Kayser Nejm**  
Vice-Presidente Suplente  
Supernosso / Apoio Mineiro  
Contagem  
(31) 3359-7909

**Raimundo Eustáquio Drumond Alves**  
Vice-Presidente Suplente  
Supermercados Rex  
Lavras  
(35) 3694-1232

**CONSELHO FISCAL EFETIVO**

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

**Epifânio de Prado Parreiras Júnior**  
Grupo Supernosso  
Belo Horizonte  
(31) 3207-9001

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

**VICE-PRESIDENTES REGIONAIS**

**Diego Marcel Oliveira Pereira**  
Supermercado Tejotão  
**Araguari**  
(34)3242-8098

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

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

**Eliane Moreira Moraes de Azevedo**  
Hiper Azevedo  
**Barão de Cocais**  
(31)3837-6050

**André Silveira**  
Supermercado Silveira  
**Barbacena**  
(32) 3331-6495

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

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

**Bruno Alves Farnese**  
Supermercado Farnesse  
**Capelinha**  
(33)3516-1461

**Thiago Miranda**  
Miranda Supermercados  
**Carangola**  
(32) 3741-2668

**Ary Soares Silva**  
Supermercado do Irmão  
**Caratinga**  
(33) 3561-7171

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

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

**José Flávio Moreira de Castro**  
Suberbox  
**Contagem**  
(31)3398-5666

**João Neto Ferreira Cordeiro**  
Cordeiro Supermercados  
**Diamantina**  
(38)3531-7220

**Adriano Ferreira**  
Somar Supermercados  
**Divinópolis**  
(37)3212-5431

**Fábio Victor Cesar**  
Sacolão Supermercados  
**Espera Feliz**  
(32)3745-1000

**Milton Kurihara**  
Supermercado Kurihara  
**Extrema**  
(35) 3435-1414

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

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

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

**Adilson Yukishigue Suda**  
Consul  
**Ipatinga**  
(31) 3824-5150

**Bruno Marcio Ferreira Almeida**  
Almeida Supermercados  
**Itabira**  
(31) 3835-3365

**Wagner Rocha de Castro**  
Sd Mais  
**Itaguara**  
(37) 3384.1099

**Dolores Antonia Fonseca**  
Supermercado Faria de Itapeçerica  
**Itapeçerica**  
(37) 3341.1360

**Roney Aeraphe Mendes da Silva**  
Supermercado Rena  
**Itaúna**  
(37) 3242.1844

**Kenio Queiroz Castro**  
Pontual Supermercados  
**Ituiutaba**  
(34) 3262-2466

**Wesley Oliveira de Abreu Mendes**  
Dona Ninha Empório e Padaria  
**Janaúba**  
(38) 3821-1165

**Hebert Lever José do Couto**  
Supermercado Líder  
**João Pinheiro**  
(33) 3561-1302

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

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

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

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

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

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

**José Fernando Almeida Cordeiro**  
Supermercado Ki Jóia  
**Monte Carmelo**  
(34) 3849-2850

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

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

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

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

**Gisele Araújo Martins**  
Vice-Presidente Regional e Vice-Presidente da Diretoria da AMIS Jovem  
Supermercado Martins  
**Pará de Minas**  
(37) 3236-0600

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Eduardo José Bergo**  
Supermercado Bergão  
**São João del-Rei**  
(32)3372-2154

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

**Rogério Tiago do Nascimento**  
Supermercado Esquinhão  
**Tiradentes**  
(32) 3355-4447

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

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

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

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

**Roselli Ferreira da Rocha Paiva**  
Supermercado Paiva  
**Unai**  
(38) 3677-3897

**Alberto Valadares Cavalcanti**  
Comac  
**Uruçuaia**  
(38) 3634-9120

**Maria Tereza Pereira Coelho**  
Comercial Bom Pastor  
**Varginha**  
(35) 3222-4971

**André Luiz Fialho Bitarães**  
Mercopaulo  
**Viçosa**  
(31) 3891-6376

**PRESIDÊNCIA EXECUTIVA**

**Antônio Claret Nametala**  
Presidente Executivo  
(31) 2122-0500



Quer  
bem-estar?  
TUDO BEM,  
Nestlé®  
TEM



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

# FIGITAL, UAI!

EM SINTONIA COM O VAREJO DOS PRINCIPAIS CENTROS MUNDIAIS, REDES DE SUPERMERCADOS MINEIRAS AVANÇAM NA ADOÇÃO DE AÇÕES QUE UNEM O MELHOR DE DOIS MUNDOS – O FÍSICO E O DIGITAL. E ISTO É SÓ O COMEÇO

Giovanni Peres

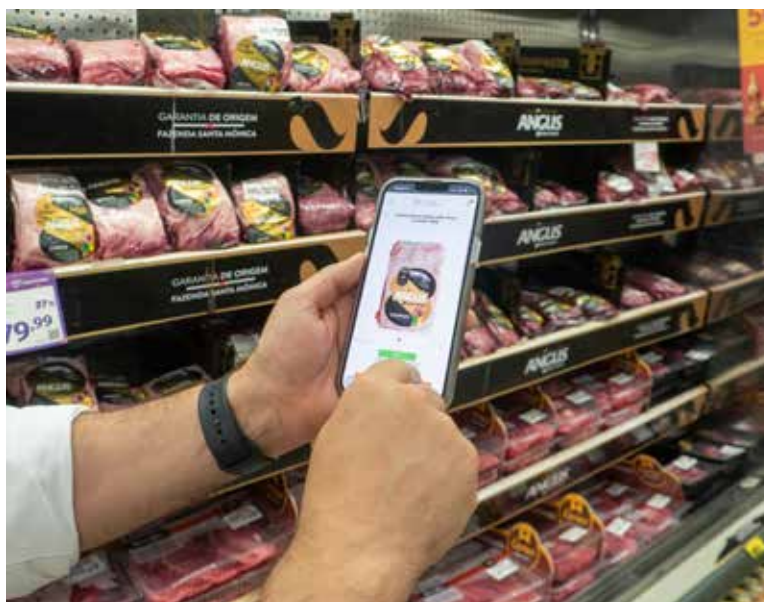


**E**m 16 de junho de 2017, Jeff Bezos já ocupava a terceira posição de homem mais rico do mundo na lista da revista Forbes e a empresa que lastreava sua fortuna, a Amazon, o posto de número um no e-commerce dos EUA. A fortuna de Bezos e a Amazon eram o exemplo do sucesso digital, em que as pessoas compravam online e recebiam o produto em suas casas ou onde quisessem, sem precisar colocar os pés em uma loja.

Mas, exatamente naquele dia do verão norte-americano, Bezos anunciava a compra da Whole Foods, uma rede de 800 lojas físicas de supermercados espalhadas por todo o país e, mais que isto, explicava o porquê: as operações da Amazon seriam integradas ao funcionamento das lojas “feitas de tijolo e cimento” da rede de supermercados e vice-versa. Estava dada a largada para uma nova era no varejo em todo o mundo, a era phygital (como passou a ser chamada nos EUA) ou figital (traduzida para o Brasil).

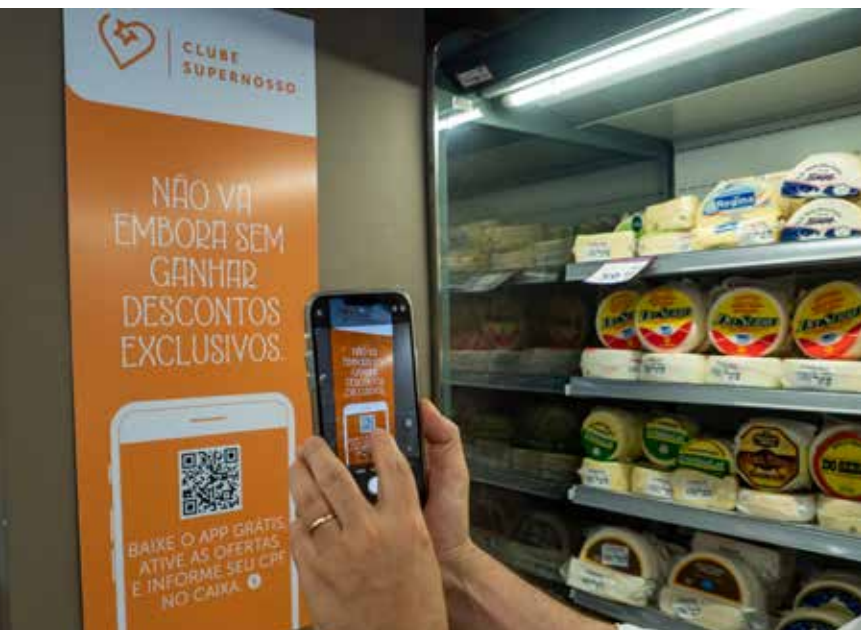
“De fato, a compra da Whole Foods pela Amazon é uma data de referência histórica para entendermos o figital”, concorda Eduardo Terra, presidente executivo da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), “pois representa naquele momento de 2017 a consolidação em larga escala, com duas gigantes do varejo envolvidas, de ações que já vinham sendo desenhadas e testadas por muita gente a partir do conceito de *omnichannel*, que neste caso mostrava a viabilidade da integração dos canais digitais com os físicos”.

Segundo Terra, pelo menos 10 anos antes, os debates sobre tendências do varejo estavam dominados apenas pelo conceito *omnichannel*, que incentivava as empresas a desenvolverem estratégias para multiplicar e diversificar seus canais de venda, como por exemplo, um mesmo grupo supermercadista ter operações de lojas de vizinhança, *cash&carry*, conveniência, lojas gourmet e um e-commerce. Estas operações poderiam ser feitas em separado, parcialmente integradas ou com integração total.



Em pouco tempo de aplicação efetiva do conceito *omnichannel* se descobriria que a integração total de dois membros da cadeia de formatos de um grupo – o e-commerce com as lojas físicas, por exemplo, fazia muito sentido e já dava resultado, incentivando a evolução de ferramentas digitais que facilitassem a omnicalidade encontrar todo o seu potencial. “Foi a partir de 2018 que na Retail Show da NRF, em Nova Iorque, que a palavra phygital começou a ganhar força de uso”, lembra Terra, enfatizando que o figital pode ser visto como um componente ou consequência da omnicalidade e, não necessariamente, um conceito em si.

No alto, jovem faz pagamento por meio de reconhecimento facial em loja da rede D'Ville, de Uberlândia (MG); acima, cliente confere na gôndola e na tela do celular a oferta que o aplicativo do programa de fidelidade o atraiu à loja física



No alto, cliente na loja física utiliza o QR-code para baixar o aplicativo online que vai conceder descontos imediatos; acima, o presidente executivo da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, Eduardo Terra

### OMINICANALIDADE

“Na minha opinião é a real expressão da omnicanalidade. O conceito de ominicanalidade era empregado para algo que não era ominicanal. Era multicanal. A empresa tinha uma operação off-line e lançava uma operação on-line e isso não era integrado. Ela até chamava de omnichannel, mas não deveria. Eram operações em separado. Não conseguiam usar os mesmos recursos de um no outro, não conseguia sair de um e ir para o outro em uma mesma jornada de compra”, argumenta Vinícius Aroeira, diretor de Finanças, Processo e Tecnologia do Grupo Supernosso.

“Por engano, se chamou durante muito tempo o *multichannel* de *omnichannel*. E o figital é a fusão dos canais. É realmente fazer com que o físico seja digital e o digital, físico. É a integração desses canais. Mas se não estiverem integrados o físico e o digital, não é figital!”, explica. Para Vinícius, “quando passo a ter [as ferramentas digitais] influenciando na jornada do cliente de forma integrada, aí sim eu tenho o figital”.

Ele dá exemplos: “compro no site e retiro na loja, se tenho um problema na loja física, posso reclamar de forma digital, os produtos se interagem, o meu comportamento de compra

em uma jornada on ou off-line é utilizado para oferecer vantagens em uma nova jornada, seja a nova on ou off. Essa integração faz com que o figital de fato aconteça”.

### INTEGRAÇÃO

Para se ter uma ideia do que Vinícius tenta explicar sobre integração figital, é preciso saber que seu trabalho oferece o desafio permanente de integrar por meio da tecnologia os diferentes formatos do Grupo, que é hoje a sexta maior rede mineira supermercadista em faturamento e 23ª no Brasil, de acordo com a Associação Brasileira de Supermercados (Abbras). A empresa registrou faturamento de R\$ 3,21 bilhões em 2021, quando completou 70 anos de mercado, e conta com mais de 8 mil funcionários.

Ao todo, são 18 lojas Supernosso, 12 lojas de proximidade com a bandeira Momento Supernosso; um canal de vendas online do supermercado (o Supernosso em Casa) e 18 atacarejos com a marca Apoio Mineiro além do canal de vendas online, o Apoio Entrega. Também integram o Grupo uma indústria, a Raro Alimentos e as distribuidoras especializadas DecMinas e DaMinas, que atendem mais de 800 municípios mineiros.

### CLUBE

Um dos melhores exemplos de ação figital no Grupo é o Clube Supernosso. “É uma experiência figital total”, detalha Vinícius. “Ela começa com o *push* gerado pelo app que está no celular do cliente, mas se o cliente quiser, começa no *push* e acaba na loja online. Temos toda uma inteligência por trás do *push* para oferecer aquilo que mais se associa ao seu perfil de compra do cliente”, explica Vinícius. “A gente vem melhorando muito. Nossos índices têm melhorado muito. Qual o melhor algoritmo para chegar no ponto ótimo de conciliação entre resposta ao impulso digital e a realização da compra física é um desafio permanente para ser vencido”.

Vinícius chegou para trabalhar no Grupo há cinco anos e já encontrou em funcionamento o



DEIXA O SEU DIA  
MAIS GOSTOSO!

# Abasteça sua loja e aumente suas vendas!



**Laticínios Ita: Desde 1990 produzindo o que há de melhor na categoria láctea, com acessibilidade e alto giro!**

## Vantagens ao trade:

Mix de produtos focado nos itens geradores de maior tráfego para o seu ponto de venda;

Linha acessível e versátil que atende a todos os perfis de consumidores;

Maior rentabilidade para o negócio através de produtos com alta demanda;

Fale com nosso time de vendas e tenha o Mix Ita em sua loja!

[www.itaalimentos.com.br](http://www.itaalimentos.com.br) | (31) 4040-4038

itaalimentos  
laticiniosita





No alto, ponto de clique e retire na loja física; acima, Vinícius Aroeira, diretor de Finanças, Processos e Tecnologia do Grupo Supernosso

e-commerce Supernosso em Casa, hoje o supernosso.com. “O e-commerce do Supernosso é de 2013. Foi um dos primeiros implantados no Brasil e certamente um dos primeiros em Minas. Foi um dos desbravadores”, ressalta Vinícius. “O balanço é muito positivo no e-commerce do Grupo, que sempre teve esse DNA. E inovar não é ter tecnologia da NASA. É agregar valor. Hoje há uma febre de *cash&carry*. Em 2002, o Apoio Mineiro inovou com a venda para pessoas físicas, não só para o CNPJ. Hoje se fala em dados, dados e mais dados. Em 2009, a gente já tinha começado a capturar dados de cliente em suas compras”.

## DOIS DÍGITOS

O e-commerce representa algo em torno de 20% do faturamento do Grupo e foi decisivo para os bons números da empresa na pandemia e também depois dela. “O nosso e-commerce já estava bem consolidado quando a pandemia veio. Uma boa parte do mercado teve que correr atrás de algo que já tínhamos. É claro que no pós-pandemia haveria uma menor presença no e-commerce, mas no nosso caso continuamos crescendo acima de dois dígitos”, relata.

Ele lembra que em 2018 a empresa trouxe a retaguarda do e-commerce para o Centro de Dis-

tribuição, antes restrito a atender somente as lojas físicas. Isto ampliou a capacidade instalada de processamento de pedidos. “Em 2019, trocamos a plataforma que era de uma *software house* local, por uma de alcance global. No início de 2020, quando ainda não havia a pandemia, iniciamos a operação *omnichannel* no e-commerce, de maneira que se uma loja estivesse próxima do destino de um pedido, ela poderia atender. Quando veio a pandemia, escalamos para várias lojas. No auge da pandemia, fomos o primeiro e-commerce do Brasil a retomar a entrega no dia seguinte”.

## LAB

Por falar nisso, Vinícius dá a dimensão deste diferencial. “Entregar é a parte mais desafiadora do e-commerce de supermercado. Os produtos frescos são um desafio. E é você que seleciona os produtos frescos que vão para o cliente. Na loja física, é o cliente que faz sua própria seleção. Veja o tamanho do desafio”. Mas nada que uma boa equipe não possa ajudar na solução. Apoiando o diretor estão diretamente 130 pessoas, atuando no *Lab* de tecnologia, formado por quatro tribos e três *squads*.

Recente o Supernosso iniciou sua expansão no interior de Minas e as lojas distantes da Região Metropolitana de BH já estão nascendo com pegada digital. “O interior quer esses serviços. Quer comprar também online, ter os clubes etc. Começamos com tudo organizado para atender nossa estreia em Curvelo”. A cidade está a cerca de 170 km da Capital. “Não se pode fazer mais ou menos. Tem que gerar uma boa impressão já no primeiro pedido. A equipe omnichannel tem que estar montada, com encarregado, equipamentos, treinamento etc.”

## FIGITAL, UAI

O pioneirismo do Grupo Supernosso na omnichannel e na área digital é reconhecido no trade supermercadista mineiro, mas há hoje uma crescente quantidade de players com ações semelhantes, cada vez mais adequadas

# Aymoré

Já está sabendo  
da novidade?

Chegou seu novo  
queridinho!

Aymoré  
Maizena  
Chocolate

Disponível nas  
embalagens de:  
170g e 345g





## A receita para vender mais? Pilecco Nobre.

A linha gourmet é o ingrediente ideal para quem adora criar pratos deliciosos. E para quem ama fazer ótimas vendas.





# O que vamos nutrir hoje?



Faça seu pedido.



Para nutrir o melhor em você.

Em ponto estratégico da loja física, convite aos clientes do programa de fidelidade para que usem o wi-fi gratuitamente



na direção de estarem capacitados para atender o cliente na demanda que apresentar ou mesmo nas que sequer imagina, nos mundos físico e digital. Apenas para listar alguns players em ordem alfabética: ABC, Bahamas, BH, DMA, Mart Minas, Verdemar, as empresas multinacionais, várias centrais de negócios e muitas redes de pequeno e médio portes.

Por assim dizer, os supermercados mineiros estão se tornando “figitais, uai” e a pandemia certamente contribui para despertar a atenção para a tendência. Um exemplo é a rede D’Ville, de Uberlândia (MG), que tem quatro lojas gourmet na cidade a fatura cerca de R\$ 130 milhões por ano, com seus 38 checkouts e apoio de 350 empregados. “Tiramos da gaveta a ideia que tinha ficado na vontade em 2010 e que teve que virar realidade depressa em 2020 por causa da pandemia”, conta Leandro Borges Carrijo, CEO e sócio-proprietário da rede D’Ville.

### CRM

Antes de ter seu e-commerce, a única ação mais ou mesmo figital era um atendimento

via whatsapp para clientes de grande fidelidade. “Agora tempos o e-commerce com o aplicativo Clube D’Ville, que tem o papel de atender e também apoiar a operação da loja física e vice-versa”, explica Leandro. “É uma ferramenta forte de fidelização, com descontos e programa de pontos com troca por vouchers de compras na loja”. Cerca de 200 mil clientes baixaram o app e 20 mil fazem uso constante. A rede oferece no e-commerce as modalidades delivery e de retirada na loja. “No e-commerce foi tudo facilitado pela adoção, que já tínhamos feito antes, de um programa de CRM”, diz Leandro, que não esconde seu entusiasmo por essas inovações: “O CRM produz dado demais; isso é muito bom, mas tem que aprender a trabalhar melhor a ‘mineração’”, recomenda.

### RECONHECIMENTO FACIAL

Se foram necessários 10 anos para o e-commerce sair da D’Ville sair da gaveta, e do mesmo compartimento o clube de fidelidade e o aplicativo, agora a figitalização na loja física está incluindo até o reconhecimento para pagamentos. Um piloto foi testado desde o início do ano na loja mais

nova do grupo, inaugurada em 2020 e, desde setembro, todos checkouts da rede passaram a ter reconhecimento facial implantado, incluindo os self checkouts.

O sistema é mais simples do que se imagina. O dispositivo de reconhecimento utiliza um smartphone instalado em cada caixa. Os aparelhos de smartphone são em parceria e o *fee* pelo serviço de processamento custa algo em torno de R\$ 800,00 por mês por checkout. Segundo Leandro, as vantagens são muitas. "Mais segurança, rapidez no checkout, status para a rede por mostrar inovação, vanguarda, conveniência para o cliente", lista Leandro.

A adesão dos clientes tem sido boa e o sistema de reconhecimento permite que os pagamentos sejam realizados nove vezes mais rápido que nos processos anteriores, baseados no uso de dinheiro e cartões de crédito e débito. O novo sistema possibilita também a realização de cam-



panhas de marketing com benefícios exclusivos e no caso do D'Ville, a tecnologia está integrada ao aplicativo Clube de Vantagens. O cliente precisa realizar um cadastro no aplicativo e solicitar a opção de pagamento com a visualização do rosto. É necessário ter um cartão de crédito cadastrado no aplicativo para validar a compra.

Em vários pontos da lojas física, informação de estímulo à adesão ao programa de assinatura da empresa, cuja principal ferramenta de uso é o app

*Qualidade tamanho família*

**LANÇAMENTOS**



**SELEÇÃO GOURMET**

FEITO COM TODO CARINHO E CUIDADO PARA SUA FAMÍLIA, A LINHA DE PRODUTOS TOZZI SEGUE RIGOROSAS NORMAS DE PRODUÇÃO, ARMAZENAMENTO E DISTRIBUIÇÃO.





lares. Celebidades fazem parte do entretenimento, como Noah Schnapp de “Stranger Things” da Netflix e o artista country Kane Brown.

O Universe of Play do Walmart fornece conteúdo para entretenimento e também destaca brinquedos populares antes da temporada de festas. Os usuários desta comunidade podem conferir diferentes mundos de brinquedos e participar de jogos imersivos com produtos e personagens de marca. O Universe of Play também permite que os usuários desbloqueiem recompensas, incluindo moedas que podem ser resgatadas pela versão de seu avatar.

As experiências já estão disponíveis online. Os usuários podem acessar livremente o Walmart Land em Roblox.com e descobrir o universo de jogo do Walmart em qualquer dispositivo, incluindo PC, Mac, iOS, Android, dispositivos Amazon, consoles Xbox, Oculus Rift e HTC Vive. Ao abrir essas experiências por meio da plataforma Roblox – que afirma abranger 52 milhões de usuários diários – o Walmart busca se conectar com consumidores mais jovens e ativos digitalmente.

Quem sabe em breve estaremos publicando em GÔNDOLA a reportagem “Metaverso, uai?” 🛒

Ferramenta digital no apoio da interação do cliente com o produto e tela da Walmart Land no metaverso

## METAVERSO

Como a estrada pela qual viaja o trem figital parece não ter mais fim, é bom já ir prestando atenção no metaverso. Se em 2016, a digital Amazon fez história ao comprar a física Whole Foods, e integra-las, agora é a vez de o Walmart dar sua contribuição à *timeline* figital. Desde os primeiros dias deste mês de outubro, a empresa que líder *omnichannel* nos EUA colocou definitivamente seus pés no metaverso. A porta de entrada está sendo a abertura de dois espaços na plataforma cada dia mais popular naquele país, a Roblox. Os clientes podem ir lá visitar a Walmart Land e o Walmart’s Universe Play.

O Walmart Land apresenta várias experiências imersivas, como uma loja virtual de mercadorias apelidada de “verch”. O espaço digital também oferece três experiências, incluindo uma Electric Island inspirada em festivais de música, uma House of Style com camarins virtuais e desafios de pose e Electric Fest, uma celebração de captura de movimento com apresentações de artistas popu-

## PARA SABER MAIS

Na entrevista com o presidente da AMIS, Alexandre Poni, que estamos publicando a partir da página 24, você encontra informações, entre outras, sobre as ações figitais da rede Verdemar Supermercados, da qual é sócio-proprietário e também sua opinião sobre o tema.

Sabores que  
não podem  
faltar na sua  
gôndola!

# Saudali



Acesse nosso catálogo

# GERAÇÃO Z:

## o novo consumidor é *omnichannel*

Um dos segredos em vendas é conhecer o comportamento do consumidor, para adequar as estratégias do negócio às necessidades e perfis do público. Nesse sentido, é fundamental que o varejo esteja atento à geração Z, aquele consumidor nascido já na era da internet, entre os anos 1995 e 2010, e que deve responder pela maior parcela das compras nos próximos anos, além de influenciar outras gerações.

Esse consumidor busca identificação com as marcas, transparência e agilidade no atendimento. Mas além disso, uma de suas principais características é que, apesar de ser altamente conectado ao online, ele ainda mantém interesse no varejo físico, porque nasceu imerso nos dois mundos. Portanto, para atraí-los, é fundamental investir na estratégia omnichannel, que integra diversos canais de atendimento para proporcionar uma experiência de compra facilitada e fluida, conforme as preferências do próprio cliente.

Para quem busca atrair mais consumidores da geração Z, quatro dicas:

### 1- Diversifique os canais de compra e de atendimento

A geração Z é mais conectada, porém gosta de ir até as lojas físicas, seja para olhar os produtos ou comprá-los por lá mesmo. Ofereça opções de compra com facilidades tanto no online, quanto no presencial, assim como suporte e atendimento em diferentes canais – site, aplicativo, redes sociais, loja física, etc. Cuide também para manter o padrão de atendimento e os benefícios para o cliente em todas as plataformas. Em outras palavras, seja, realmente, omnichannel, e conceda autonomia e liber-

dade para o consumidor decidir quais canais deseja usar e o que mais lhe convém durante a compra.

### 2- Ofereça condições diferenciadas de desconto

Para atrair os GenZ, é preciso ir além dos descontos tradicionais e pensar em um real custo-benefício, de acordo com a realidade do seu negócio. Esses consumidores são informados e geralmente pesquisam e pesam as opções antes de decidir a compra. Invista em campanhas promocionais diferenciadas em todos os canais de venda como cupons de descontos no aniversário ou em períodos sazonais, descontos como ‘leve dois e pague um’ e até mesmo liberar ofertas para os itens mais procurados.

### 3- Disponibilize opções variadas de pagamento

A geração Z está em busca de comodidade e isso não muda quando o assunto é pagamento. O varejista precisa acompanhar os avanços do mercado para atrair e manter esse público próximo. Pagamentos com QR Code, Pix e cartão virtual são algumas apostas do varejo omnichannel para melhorar a experiência de compra.

### 4- Tenha respostas rápidas

Uma das funções do omnichannel é elevar a qualidade da experiência do cliente. Por isso, é importante ter uma equipe bem treinada para responder nos diferentes canais aos questionamentos dos clientes, de forma rápida e eficiente. A geração Z exige do mercado respostas imediatas, precisas e um atendimento humanizado. Seja por chat nas redes sociais, pelo WhatsApp ou mesmo em sua loja física, essa agilidade e eficiência serão um diferencial.

# Per sona liza

## Uma Tramontina para chamar de sua.

*Faça bonito no presente  
com a linha Personaliza.*

Com a Tramontina, você  
personaliza produtos com  
a sua marca e de acordo com  
a sua necessidade.

São mais de 10 mil itens  
para você fazer bonito  
na hora de presentear.

*Acesse [tramontina.com.br](http://tramontina.com.br)  
e conheça todas as possibilidades.*



**TRAMONTINA**

parceria para fazer bem feito

# “AMO O COMÉRCIO, ESTAR NA LOJA, ESCUTAR OS CLIENTES”



Foi ainda criança, quando ajudava a mãe no pequeno comércio da família, que o vírus presente em todos os que desenvolvem esta atividade contaminaria, no bom sentido, o supermercadista Alexandre Poni. Ele se confessa um apaixonado por servir e nunca se esquece do aprendizado que teve na infância, que é colocar as pessoas no centro das coisas. Foi assim que ergueu, com seu sócio e equipes dedicadas, a rede Verdemar Supermercados, que completa 30 anos em 2023 e que tem sido, há pelo menos duas décadas, uma das referências em Minas e no País em experiência positiva de compra para os clientes e de sucesso empresarial. São 16 lojas e um faturamento de cerca de R\$ 1,1 bilhão. Foi também com o mesmo perfil que há nove anos Alexandre, em sucessivos mandatos, é presidente da AMIS e está sendo reeleito para mais três anos à frente da entidade. “O papel dela é cuidar do setor, conhecer suas aflições, participar da solução dos problemas, apontar caminhos. Por isso, temos que aprender sempre e tentar reunir o maior número possível de pessoas para cuidarmos, juntos, do setor”, é o que diz Alexandre quando se refere à atuação na AMIS. Ele nos recebeu dois dias antes de embarcar para o exterior em uma jornada de duas semanas que incluiria a presença em feiras e visitas a fornecedores na Europa. Conversamos sobre diversos temas – sua experiência de vida, sua empresa, os desafios do setor hoje, as prioridades da AMIS para a gestão 2023/2025 e sobre o tema da Superminas 2022 (“Figital”). Confira a seguir um resumo.





**GÔNDOLA** – Ao longo dos últimos 20 anos já tive a oportunidade de entrevistá-lo algumas vezes. Em uma delas, havia uma foto no seu escritório em que estavam presentes duas crianças pequenas. Recentemente, estive editando fotos suas feitas na Superinter, em Uberlândia, e você estava acompanhado de um rapaz que se parece muito com você e já tem praticamente a sua altura.

**Alexandre Poni** – Aquele é um dos meus dois filhos, o Enzo. Inclusive, agora há pouco aqui eu falava da AMIS Jovem. A gente tem que pensar na sucessão. No aprendizado. Ele já está quase do meu tamanho. Está estudando hoje na escola do Sebrae Minas, que é do ensino médio. Uma escola muito boa, de um clima muito bom e de muito conteúdo. São 23 matérias neste ano. Mas não existe receita para sucessão. Espero que ele tome gosto. Para atuar no setor de supermercados a gente tem que gostar. A gente gosta, se dedica, vive isso. Estou em um caminho legal com ele. Daqui a pouco o mais novo também começará. O setor de supermercados depende da presença, da dedicação.

**GÔNDOLA** – É um setor que absorve, por assim dizer, muito as pessoas que atuam nele.

**Alexandre** – Sem dúvida, absorve muito. A gente tem que aprender a dosar um pouco isso no dia a dia.

**GÔNDOLA** – Mas fiz esta pergunta para falar um pouco da sua vida. Hoje você já tem filhos em idade próxima da universidade e o próprio Verdemar faz 30 anos no ano que vem. Nos conte um pouco da sua história pessoal no varejo.

**Alexandre** – Minha origem no varejo passa pela minha mãe. Ela faleceu recentemente. Tudo o que aprendi do comércio, essa paixão pelo comércio, veio dela. Amo o comércio, estar na loja, escutar os clientes. Aliás, nada melhor do que sempre escutar o cliente. É ele que nos traz todas as suas aspirações. O Verdemar hoje tenta surpreender a cada momento as expectativas do nosso cliente. Isto é a cultura do Verdemar. Não é simples, porque a empresa vai crescendo. No ano que vem vai fazer 30

**“Minha origem no varejo passa pela minha mãe. Ela faleceu recentemente. Tudo o que aprendi do comércio, essa paixão pelo comércio, veio dela”.**

Acima, a Comissão AMIS Jovem em frente à sede própria da entidade, em Belo Horizonte: dois importantes destaques das gestões lideradas pelo presidente da AMIS, Alexandre Poni (página ao lado)

O presidente da AMIS, Alexandre Poni, faz o pronunciamento de abertura da Superminas 2016

anos que começamos o negócio. Cada vez mais, percebo que a gente tem que aprender a vida toda. Agora que estou aprendendo gestão, posso dizer. Estou com uma consultoria da Falconi me apoiando. O professor Falconi tem uma grande premissa: você só gerencia o que você controla. E supermercado não é uma coisa simples. Não basta ter no computador um sistema de gestão, que vai controlar. Na verdade, você precisa é do ser humano. Cada vez que a empresa vai crescendo, na ver-

boa tomada de decisão. Hoje estamos nos aproximando disso no Verdemar. No começo da empresa a decisão é muito no *feeling* do empreendedor, na intuição. À medida que a empresa cresce, você precisa ter números para tomar decisão. Isto não acontece só no supermercado. Acontece em qualquer empresa que cresce. É preciso estar atento aos controles e em formar gente.

**GÔNDOLA – Por falar nisso, o setor supermercadista é conhecido por oferecer o primeiro emprego.**

**Alexandre –** Isso mesmo. A gente tem essa característica de formar pessoas no nosso setor. Aqui no Verdemar, incentivamos muito as pessoas a terem uma carreira na empresa. Formamos, por exemplo, padeiros, açougueiros. O supermercado é um dos setores que mais oferece oportunidades para os jovens. E lidar com essas novas gerações exige atenção para, principalmente nos dias de hoje, incentivar a cultura do trabalho, que pressupõe dedicação, disciplina, disposição, entre outros predicados.

**GÔNDOLA – Já que estamos falando de juventude, o tema da AMIS e da Superminas em 2022 é a questão do “figital”. Há muitos anos, quando o mundo digital se resumia praticamente ao e-commerce, conversávamos em entrevista e você se mostrava um apaixonado pela loja física. Como anda essa questão do “figital” para você?**

**Alexandre –** Sou entusiasta da loja física e vou ser sempre. É dentro da loja que o cliente vive de fato a compra. É onde escolhe, onde consegue comparar bem. Ir a um supermercado é um momento de prazer e nós supermercadistas temos que ter isso em mente sempre. É preciso oferecer uma experiência boa para o cliente. É preciso cada vez mais melhorar essa experiência. Parfraseando aquele ditado, “o que os olhos veem, o coração sente”. Então, ali, ele estará em contato direto com os produtos, com o atendimento feito por pessoas, usando todos os seus sentidos (visão, olfato e tato, por exemplo). Agora, depois da pandemia, foi possível voltarmos com as degustações, que



**“Você precisa ter gente ao seu lado. Se você não tiver uma equipe boa compartilhando, não vai muito longe”**

dade você tem que ter mais gente participando e organizar muito mais. Acho que todo empreendimento começa com ideia, com intuição e também uma gestão centralizada no empreendedor. Mas quando a empresa cresce, quem quiser ser centralizador vai ter dificuldade. Você precisa ter gente ao seu lado. Se você não tiver uma equipe boa compartilhando, não vai muito longe. E, além disso, estabelecer controles que permitam uma

COLONIAL

É muito mais  
*Tomate*  
para sua  
Gôndola

Chegou!

COLONIAL

PASSATA  
*italiana*

PURA POLPA DE TOMATE



@COLONIALCONSERVAS



@COLONIALCONSERVAS



COLONIALCONSERVAS.COM.BR

FALE CONOSCO



+55 (31) 3295-7274



FALECONOSCO@COLONIALCONSERVAS.COM.BR

Em imagem feita em julho deste ano, o presidente da AMIS, Alexandre Poni, conversa com participantes na feira da Superinter 2022, realizada em Uberlândia



*“A gente tem essa característica de formar pessoas no nosso setor. Aqui no Verdemar, incentivamos muito as pessoas a terem uma carreira na empresa”*

permitem ao consumidor conhecer produtos, ampliar seu conhecimento. As indústrias, cada vez mais, vêm desenvolvendo produtos. E você acha que seria simples divulgar somente no meio digital as novidades? Certo que não. É no ponto de venda que se conhece o produto. Então, sou um defensor da loja física, mas sem dúvida a gente hoje investe também no digital. Ele também vende. Mas acho que ele virou mais um meio de comunicação. Que consumidor hoje não tem Ins-

tagram, que não tem contato com as mídias sociais em geral, que gosta de aplicativos no celular? Portanto, é preciso que se busque uma integração entre o imenso potencial da loja física com o imenso potencial do digital.

**GÔNDOLA – Fale mais a respeito desses potenciais.**

**Alexandre** – Não é só o digital de fazer *e-commerce*. É de relacionamento. A história do multicanal no varejo está cada vez mais presente. Principalmente as novas gerações estão muito mais digitais. É uma comunicação rápida e dinâmica. Isto é um grande desafio hoje. Focar na experiência do cliente na loja física e no digital para ele se relacionar com a empresa. Há quem diga que o meio digital substitui tudo. Mas acho que não.

**GÔNDOLA – Sou um usuário do aplicativo “Meu Verdemar”. Acho interessante porque posso fazer compras on-line, mas também pelo fato de ele me chamar para a loja ao oferecer produtos que não conheço. Acho que esses aplicativos são também um cadastro gigante que a empresa passa a ter.**

HÁ MAIS DE 30 ANOS NOSSA FAMÍLIA  
PRODUZ TUDO O QUE SUA MESA PRECISA:

*Cuidado, Carinho e  
aquele tempero Especial!*



PRODUTOS  
**Gardingo**<sup>®</sup>

DISK GARDINGO

31 **3873-1407**

*Sua Melhor Receita  
de Família!*

CONHEÇA TODA NOSSA LINHA DE PRODUTOS  
ACESSANDO: [WWW.GARDINGO.COM.BR](http://WWW.GARDINGO.COM.BR)

Em foto de 2017, o presidente da AMIS, Alexandre Poni e seu sócio na rede Verdemar Supermercados, Hallisson Moreira, compartilham com funcionárias a alegria da inauguração da unidade Pátio Savassi da rede



**Alexandre** – Hoje, com o “Meu Verdemar”, conseguimos oferecer um relacionamento cliente/empresa muito bom. Por isso, gosto de dizer que o importante nesses dois meios – digital e físico – é promover o relacionamento. É uma relação integral. Não é só de vender *e-commerce* ou só de apenas vender na loja física. Há muitos supermercadistas que estão muito mais adiantados do que nós, do Verdemar, quanto a esta integração de físico com o digital, mas é onde queremos chegar. É o caminho. Não é nada fácil. Ter um CRM funcionando bem, por exemplo, é um desafio. Ou seja, é tudo aos poucos, com dedicação e foco.

**presidente da Associação Mineira de Supermercados, a AMIS.**

**Alexandre** – Isso provavelmente acontece. É bom lembrar que a gente aprende todos os dias e que eu tento fazer o meu melhor. Nosso setor exige muita dedicação. Posso dizer que ele é um dos mais fiscalizados. Por exemplo: o sonho de todo supermercadista é que o produto que possamos comercializar um dia já venha com a data de validade no código de barras. Isso facilitaria tudo. Operacionalmente, é um desafio para nós manter uma loja com qualidade, sem falhar. Somos um setor em que a presença do ser humano é fundamental. Por isso, temos que investir cada vez mais em pessoas, qualificar. Isto tudo sem esquecer a adoção de processos. Digo que hoje 40% do meu tempo é analisar sistemas, é criar processo dentro da empresa, é sistematizar. Falo para todos: sistema de informática hoje é para evitar erro. Temos que usar nossos softwares para evitar que se erre, para que se diminua o erro. Os processos, em supermercados, são muito manuais, e a Informática tem que vir em apoio. É um desafio para o setor.

**GÔNDOLA – Quais seriam hoje as prioridades para um supermercado?**

**Alexandre** – A primeira coisa é a gestão. É o aprimoramento constante. É o que falei no início da nossa conversa. Você só gerencia o que controla. É um todo, que passa por sua preocupação com o cliente, com a satisfação dele. É algo que deve estar presente no dia a dia. A experiência do cliente tem que ser a mais positiva possível em todas as suas expectativas. Se porventura, como qualquer outra empresa, o supermercado falhar em alguma coisa, é dar a resposta o mais rápido possível para o cliente e sanar o problema, por exemplo.

**GÔNDOLA – Gostaria de falar também sobre sua vida institucional. Talvez, quando você dava seus primeiros passos como supermercadista, há cerca de 30 anos, nunca tivesse imaginado que seria presidente da entidade que representa todos os supermercados de Minas Gerais.**

*“Sou entusiasta da loja física e vou ser sempre. É dentro da loja que o cliente vive de fato a compra”*

**GÔNDOLA** – Acho que sua experiência pessoal hoje é referência para os supermercadistas de Minas, pois além de atuar diretamente na gestão da sua empresa, você é também



# Praticidade, qualidade e sabor:

conheça os congelados para panificação e confeitaria da Cerennia.



Pão não pode faltar na mesa do brasileiro: 76% da população consome o alimento diariamente, isso levando em conta apenas o café da manhã. A padaria é um dos principais cartões de visita do seu supermercado: ao oferecer qualidade, praticidade e sabor, você fideliza clientes e adquire credibilidade.

Para oferecer aos consumidores esses três requisitos, muitos supermercadistas recorrem ao uso de pães congelados, alternativa que reduz em até 90% os gastos com maquinário, ocupando 70% menos espaço, aumentando sua área de vendas.

Treinamos a sua equipe e acompanhamos suas vendas.

**ENTRE EM CONTATO CONOSCO E SAIBA COMO PODEMOS COMEÇAR NOSSA PARCERIA!**

[www.cerennia.com.br](http://www.cerennia.com.br)  
(31) 3561-0272  
[contato@cerennia.com.br](mailto:contato@cerennia.com.br)  
[@cerenniaoficial](https://www.instagram.com/cerenniaoficial)



**Alexandre** – Isso mesmo. Não imaginava nunca isso. Agora, já são quase nove anos de dedicação à entidade. Mas devo dizer que faço isso como dedicação e retribuição ao setor. Uma das coisas que me deram mais satisfação nestes anos foi ter participado da criação da Amis Jovem. Fui a uma feira no Rio Grande do Sul e vi, lá na Associação Gaúcha dos Supermercados (AGAS), o *Agas Jovem*. Cheguei de volta a Belo Horizonte com a ideia. Aliás, o Verdemar é mais ou menos isso, do ponto de vista de como foi criado e desenvolvido. Ele é uma cópia melhorada de muita coisa que a gente conhece mundo afora e tenta fazer igual ou melhorar. Pouca coisa ou quase nada podemos dizer que é ideia 100% nossa. O mesmo vale para uma Associação. O papel dela, por exemplo, é cuidar do setor, conhecer suas aflições, participar da solução dos problemas, apontar caminhos. Por isso, temos que aprender sempre e tentar reunir o maior número possível de pessoas para cuidarmos juntos do setor. É assim que somamos a experiência de todos em prol do setor. Acho que a AMIS conquistou hoje uma confiabilidade muito grande do setor. Na Superminas, por exemplo. Sabemos que somos hoje o segundo maior evento do Brasil nessa área. Temos uma equipe muito boa na entidade, os comitês também, os vice-presidentes regionais nos representando em todo o Estado, uma diretoria muito atuante. Ou seja, acredito que tenhamos hoje uma entidade muito bem preparada para apoiar o setor.

#### **GÔNDOLA – E o relacionamento institucional?**

**Alexandre** – Este é outro papel importantíssimo da entidade, o relacionamento com órgãos e instituições. Temos um relacionamento muito bom. A gente tem mostrado que está sempre aberto e preparado para dialogar ou mesmo apresentar reivindicações. Sempre tentando compreender e contribuir para a melhor solução. Sempre estamos atentos, pois o setor tem um leque de atuação muito amplo e surgem legislações novas o tempo todo. Entre outros, temos o papel de convencer pessoas de todos os poderes, seja do Legislativo, do Executivo ou do Judiciário, sobre as demandas e as dificuldades do setor. Isso tudo contando com o apoio de uma equipe de funcionários na AMIS muito preparada, que tem à frente o Presidente Executivo Claret Nametala. O Claret desempenha muito bem o seu papel e nos auxilia muito.

#### **GÔNDOLA – Mas você não falou ainda de dois itens de sua gestão institucional, que são historicamente marcantes – O Sindsuper e o Sincovaga. O setor nunca teve ferramentas institucionais de apoio tão significativas.**

**Alexandre** – Estamos no caminho. O Sindsuper tem sua carta sindical e caminha para a sua efetivação. Ao mesmo tempo, estamos hoje na presidência do Sincovaga. Isto de fato nos dá muito mais capacidade de negociação. Antes, por exemplo, na questão das convenções coletivas, quem

O presidente da AMIS, Alexandre Poni, ressalta a relevância dos fornecedores





LANÇAMENTO  
Edição Especial  
**Bem!  
FRESCO**  
AMAZÔNIA

Disponível a partir de dez/22.



A categoria de **Pescados** congelados vem crescendo muito nos últimos anos, trazendo mais rentabilidade para o segmento de proteínas congeladas.

E a Bem Fresco tem o portfólio de Pescados certo para o seu consumidor: produtos com **qualidade garantida**, **alto giro** e **lucratividade** para o varejo.

 QUALIDADE GARANTIDA

 MIX COMPLETO

 ALTO GIRO

 SUSTENTÁVEL

PRODUTOS DISTRIBUÍDOS POR 



Conheça mais sobre a Bem Fresco!

[www.bemfresco.com.br](http://www.bemfresco.com.br)  
(31) 99566-8741 / (31) 99965-1073  
[vendas@pescadosbemfresco.com.br](mailto:vendas@pescadosbemfresco.com.br)  
[comercial@pescadosbemfresco.com.br](mailto:comercial@pescadosbemfresco.com.br)

 **GTM**  
Distribuidora



Momento histórico. Da esq. para a dir.: o Vice-Presidente da Capital da AMIS, Gilson de Deus Lopes; o Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala; o presidente da AMIS, Alexandre Poni e o então presidente do Sincovaga, José Luiz Oliveira, na assembleia de criação do Sindsuper, na sede da AMIS, em Belo Horizonte, em 21 de novembro de 2019

“Gosto de dizer que o importante desses dois meios – digital e físico – é promover o relacionamento. É uma relação integral”

muitas vezes nos representava no interior na negociação de uma convenção não era um supermercadista. Estamos mudando isso. A intenção do Sindsuper é dar ao setor uma força de representatividade que seja reflexo de sua importância social e econômica. Somos grandes empregadores e geradores de investimento.

**GÔNDOLA – Como disse, são conquistas de sua gestão na AMIS.**

**Alexandre** – Estamos conquistando. Tudo isso está em andamento ainda. Minas Gerais é enorme e tem uma grande quantidade de municípios. Implantar coisas de tal dimensão não é simples, mas estamos caminhando bem.

**GÔNDOLA – Uma última pergunta. Nesta Superminas estamos elegendo a direção da**

**AMIS para o mandato 2023/2025. Que mensagem poderíamos passar para os associados que renovam sua confiança?**

**Alexandre** – Desde o primeiro dia que assumi a presidência da AMIS, há nove anos, me dedico à minha empresa e à entidade. Temos na AMIS uma diretoria muito atuante, vice-presidentes regionais que fazem um trabalho excelente no interior, uma equipe preparada e um Presidente Executivo que cuida do dia a dia muito bem. Por estar na operação do supermercado, conheço de perto as dores do setor. O que posso esperar de mais três anos de mandato? É que a gente dê continuidade a esse processo. É manter a melhoria contínua da AMIS. Desde a própria casa dela – vamos concluir no ano que vem o auditório de 250 lugares e o salão de eventos em nossa sede –, até todas as demais atividades. Outro desafio que temos para os próximos três anos é apoiar ainda mais as pequenas empresas, sejam elas as supermercadistas, como também as fornecedoras. Temos que apoiar e aproximar todos ainda mais da AMIS. Veja o caso das microempresas fornecedoras. Elas geram substituição tributária baixa, e produto sem substituição tributária tem muita dificuldade para competir. É um dos desafios para a minha próxima gestão. Acrescento ainda a prioridade que temos, que é sempre dar ao fortalecimento do interior. O interior de Minas é muito maior em quantidade de supermercados que a capital e a região metropolitana. E Minas é muito grande. Eu mesmo gostaria de estar mais presente em todas as regiões de Minas, mas como disse antes tenho que conciliar a presidência da AMIS com a participação em minha empresa. Porém, sei da importância da AMIS para os supermercadistas do interior e vamos tentar ampliar ainda mais a atenção a eles. A ajuda dos vice-presidentes regionais da AMIS, presentes em suas cidades e microrregiões, tem sido gratificante. Tenho que agradecer o apoio que recebemos deles, pois estão ali ao lado do associado. Há muito trabalho a fazer. Espero poder contribuir com todos da melhor maneira possível. 🛒

# CASH TODAY

a Prosegur solution

BB

## Cash today. Seu dinheiro na conta com mais segurança.

Elimine riscos e melhore a sua gestão de caixa.  
Os cofres inteligentes da linha Cash Today são a  
melhor solução para guarda e aferição do dinheiro  
da sua loja, com a segurança e a confiança que só  
a Prosegur oferece para você e para o seu negócio.

 **0800 709 0220**



 **PROSEGUR  
CASH**

[www.prosegur.com.br](http://www.prosegur.com.br)

# SUCESSO EM 2022 TRANSFORMA SEVAR DA ZONA DA MATA EM Superinter para 2023

POTENCIAL ECONÔMICO E A FORÇA DO SETOR SUPERMERCADISTA DA REGIÃO JUSTIFICAM A ELEVÇÃO DO “SEVAR” PARA “SUPERINTER”, NOS DIAS 12 E 13 DE ABRIL DE 2023

Adenilson Fonseca

**E**mpresários de supermercados, atacarejos, padarias e demais varejistas da região participaram do Super Encontro Varejista (Sevar) da Zona da Mata, em Juiz de Fora, nos dias 14 e 15 de setembro. Organizado pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS), o evento

teve parceria da Associação Comercial e Empresarial de Juiz de Fora; Sebrae-Minas; Senac Minas; Sindicato da Panificação de Juiz de Fora e da Vanucci Inteligência de Mercado.

Com palestras focadas nos principais temas que envolvem o setor supermercadista e uma feira com produtos tradi-



cionais e lançamentos, o Sevar reuniu 1.746 participantes, de 61 cidades. Os números foram expressivos para a retomada, depois de dois anos, por motivos da pandemia. No total, foram 19 edições na cidade em dois dias de relacionamento, negócios e desenvolvimento profissional.

Exatamente pela grande adesão e apoio dos empresários em toda a região, eles já estavam merecendo um evento maior. E este foi o anúncio do Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala, na abertura do Sevar, no dia 14 de setembro. Em tom de suspense, durante seu pronunciamento Claret avisou que aquela seria a última edição do Sevar em Juiz de Fora, o que causou um momento de apreensão entre os presentes. Mas, logo, Claret esclareceu o motivo: o Sevar será transformado em Superinter – Convenção e Feira de Supermercados do Interior - como já ocorre em Uberlândia.

## NO TRIÂNGULO E NA ZONA DA MATA

“Pela pujança da economia, pelo potencial do setor e a grande participação das lideranças de toda a região, a Zona da Mata merece receber uma Superinter”, disse Claret, quando foi muito aplaudido pela notícia, que teve grande receptividade de representantes de fornecedores e de supermercadistas presentes.

Ele esclareceu que a Superinter continuará sendo realizada em Uberlândia e agora também em Juiz de Fora. “Não estamos transferindo o evento do Triângulo para a Zona da Mata, mas sim criando uma edição: a Superinter do Triângulo e Alto Paranaíba, em Uberlândia; e a da Zona da Mata, em Juiz de Fora”, esclareceu Claret.

Para o Vice-Presidente Regional (VPR) da AMIS, em Juiz de Fora, Álvaro Pereira Lage Filho, a mudança é desafiante, mas ao mesmo tempo empolgante, e será de grande relevância para toda região. “O Sevar encerra seu capítulo, em Juiz de Fora, e dá início a um novo desafio, que é a Superinter da Zona da Mata. Sabemos do potencial aqui da região para comportar um evento desse tamanho”, analisa. A Superinter já tem data marcada: dias 12 e 13 de abril de 2023.

## FEIRA

A feira do Sevar recebeu representantes de empresas de todos os portes. Os 51 expositores, por sua vez, prepararam estandes bem montados e à altura do grande evento. “Foi muito bom. A cada ano, entendo, a gente tem melhorado, principalmente no relacionamento e parceria com os forne-



cedores”, destaca o VPR. “Eu tenho conversado com os expositores e todos, sem exceção, falam da importância do evento e da geração de negócios que a feira proporciona”, analisa.

Ele já convida os participantes e investidores para a Superinter, em 2023. “Estou convocando aqui todos os meus amigos VPRs da região, os amigos supermercadistas e atacadistas, o pessoal da panificação, gerentes de lojas, compradores, ou seja, todo o segmento para se empenhar e transformar esse evento em um dos maiores de supermercados do interior”, convoca. “Missão dada, missão será cumprida”, promete.

## DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

A programação do Sevar teve início, dia 14, com uma reunião de lideranças, pela manhã, em um hotel da cidade. Logo depois do almoço foi apresentada a primeira palestra e em seguida houve a cerimônia de abertura, com diretores da AMIS, autoridades locais e representantes de entidades que apoiaram o evento. Em seguida, teve início o primeiro dia da feira.

No segundo dia, foram apresentadas três palestras técnicas e motivacionais, como as dos palestrantes Alex Guerra, que falou sobre “Os desafios do novo varejo - negócios em transformação”, e Rafael Rodrigues sobre “As 4 chaves da alta performance”.



## Espaço Sebrae: “um divisor de águas na minha empresa”

“Para mim, foi mais do que gratificante. O que pude fazer de contato, que pude conversar e alinhar com possíveis compradores e representantes, tudo isso de uma maneira que até então não tinha me acontecido”, analisou o expositor do *Espaço Sebrae*, Marco Antônio Dutra, proprietário da cachaca “Cultura Mineira”, de Caputira (MG). “É um evento que, tenho certeza, vai ser um divisor de águas para a minha empresa”, ressaltou

Outro produto que chamou a atenção no *Espaço Sebrae* foi a castanha de caju com chocolate, produzida pela Típico Ceará, sediada em Belo Horizonte. “A experiência foi a melhor possível”, relatou o diretor Arthur Frontzek. “Nós conversamos com supermercadistas com quem, às vezes, sem o evento, não seria possível ter esse contato tão forte que tivemos aqui dentro. O Sevar foi sensacional. Indico a todos que queiram uma oportunidade no mercado, em supermercados. Enfim, venham e participem, porque é muito bom”, destacou.

### MEIA TONELADA DE DOAÇÕES

Durante o Sevar, a AMIS desenvolveu uma campanha para arrecadar doativos para contribuir com o trabalho da Associação Feminina de Prevenção e Combate ao Câncer (ASCOMCER). Foram arrecadados cerca de 550 quilos de alimentos e produtos de higiene pessoal e limpeza, entregues à entidade. “Isso também é muito importante. O social não pode ser deixado de lado e tem que ser sempre lembrado e reforçado”, resalta Lage.

### “DESMISTIFICANDO O ESG”

Na parte da manhã, porém, houve a apresentação de um tema que tem dominado os debates e estratégias do meio corporativo. Foi a palestra do economista Fábio Nogueira, que falou sobre “Desmistificando o ESG”. Ele conversou com GÔNDOLA sobre o tema.

Segundo Nogueira, esse é um assunto ainda muito restrito a organizações de grande porte. As grandes empresas brasileiras, disse, estão adotando práticas ESG; as de médio porte estão começando agora a se preocupar, e as de pequeno porte não dão muita atenção. “Essa é a realidade – não só o ESG –, mas de várias outras iniciativas no Brasil”.

Uma coisa que ele observa é que o varejo divulga muito as ações promocionais, venda de produtos, mas divulga pouco o que faz em prol da sociedade. “Poderia ser mais ativo, divulgando o que faz para ajudar as comunidades, as pessoas, o País de modo geral e não só focar sua comunicação no marketing promocional”, alerta.

### LISTA DE EXPOSITORES

Anchieta; ATL Automação; Bioextratus; Café Gran Minas; Cruzeiro do Sul; Damper; Delícias do Trigo; Digimaq; Embala Bio; Fartura; Gestão Engenharia; Gorgulho; Green; Gulozitos; Hiperroll; Ice Bom; LE Consultoria; Linear; Luminae; Marquespan; Mart Minas; Maya Energy; Monte Celeste; Oikos; Paletitas; Porto Alegre; Portuense; Potenzio; Qualiseg; Quatá; Rotoplast; Sabor; Sensação de Minas; Sicoob; Sol e Neve; Tradimaq; Tramontina; Xodó



## EXPOSITORES DO ESPAÇO SEBRAE

Conselho de Desenvolvimento Comunitário do Ube-  
ba, Cooperativa de Economia da Agricultura Familiar da  
Microrregião de Juiz De Fora (COOPEAFAMIJF); Temperos  
Mais Brasil; Cachaça Cultura Mineira; Brownie do Rapha;

Fralia Cacau Brasil; Serras da Mantiqueira Hortifrutigranjei-  
ro; Gibra Eventos e Beer; Tipico Ceará; Fortmais Central de  
Negócios São Tiago; Cervejaria Libertastes; Cooperarca ZM;  
Artes Amparo; Laticínios Fazenda Nova Aliança e Luiz Fer-  
nando do Nascimento 🇧🇷



Comprou, cozinhou  
e não grudou?

**Então só pode ser**

**Multiflon** 

- ✓ **7 camadas de antiaderente**  
de fabricação própria
- ✓ Utensílios para **forno e fogão**
- ✓ **35 anos** no mercado

**Multiflon**   
anos

[www.multiflon.com.br](http://www.multiflon.com.br)



Compre na [multiflonstore.com.br](http://multiflonstore.com.br)

Aponte a câmera do seu celular para o QR Code:





Daniel Jardim Sena

[Advogado, sócio no escritório Lacerda Diniz Sena Advogados, conveniado à AMIS]

## Benefícios de ICMS devem ser **TRIBUTADOS PELO IRPJ E PELA CSLL?**

**R**ecentemente, um novo tema tributário tem ganhado destaque nas discussões atinentes ao setor supermercadista. Trata-se de um assunto já conhecido por outros segmentos, notadamente o industrial, mas cuja abrangência passou a alcançar o varejo após a edição da Lei Complementar nº 160, de 2017. A discussão se pauta pela possibilidade de excluir da tributação do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) o valor correspondente aos benefícios fiscais e financeiro-fiscais aplicados aos produtos comercializados.

Sabe-se que os supermercados têm em seu *mix* de produtos uma série de itens que contam com algum tipo de benefício de ICMS. É o caso dos hortifrutigranjeiros e do leite, que são isentos do imposto estadual; das carnes e de produtos da cesta básica, que contam com o benefício da

redução da base de cálculo; do pão do dia, que assegura o aproveitamento de crédito presumido, entre vários outros.

Não é difícil concluir que, dada a variedade dos itens beneficiados e da relevância que eles possuem no faturamento dos supermercados, o tema ora em discussão tem potencial para impactar fortemente os recolhimentos tributários das empresas, devendo ser tratado com a máxima atenção.

Como mencionado, foi a Lei Complementar nº 160, de 2017, que, ao inserir os §§ 4º e 5º ao art. 30 da Lei nº 12.973, de 2014, passou a possibilitar a exclusão dos benefícios fiscais e financeiro-fiscais de ICMS da base de cálculo do IRPJ e da CSLL. O art. 30 da Lei nº 12.973, de 2014, é o que trata das subvenções para investimentos.

Não é de hoje que a lei do IRPJ/CSLL possibilita que as subvenções para investimentos, assim entendidas como todo tipo de auxílio concedido por ente público a entes privados, inclusive mediante isenção ou redução de impostos, com o objetivo de incentivar a realização de investimentos em implantação ou expansão de empreendimentos econômicos, sejam desconsideradas da apuração do lucro real. Para isso, bastaria que a empresa registrasse contabilmente o valor da subvenção

***"A interpretação da RFB ignora a mudança legislativa implementada pela Lei Complementar nº 160/2017"***





## CONTATO COM A REDAÇÃO

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

**VIA E-MAIL:** [gperes@todavozeditora.com.br](mailto:gperes@todavozeditora.com.br)

**POR WHATSAPP:** 31 99984 1990

**POR TELEFONE:** 31 3879 7422

### EDIÇÃO 310

#### COOPERATIVAS I

Gostaria de parabenizar a reportagem sobre o setor de cooperativas de Minas Gerais. Aqui em nossa região temos várias, com destaque para a Cooxupé. Eu já imaginava como ela era importante, mas agora vejo que vai além. Importante saber também de outras que estão fazendo um excelente trabalho. Parabéns.

**Jerônimo Dorigher Silva**

**Pouso Alegre – MG**

#### COOPERATIVAS II

Não sabia que o setor de cooperativas era tão forte, contemplando algumas gigantes como a Cooxupé, a Coopatos e a Unimed-BH e também médias e pequenas. No caso das pequenas, parabéns por contar a história da cooperativa que produz farinha de mandioca, que está mudando a realidade de 26 famílias.

**Gislaine Augusta Figueiredo**

**Belo Horizonte – MG**

#### BATATA

Acompanho as edições pela internet e vejo que a revista está sempre de olho no que acontece nas gôndolas. Isto a faz merecer o nome “Gôndola”. A reportagem sobre batata palha e chips confirmou o que estamos vendo na nossa pequena loja, que é quase de conveniência. Principalmente nos finais de semana, esses produtos vendem muito bem.

**Juliana Felloni Oliveira**

**São Paulo - SP**

## GÔNDOLA PARA VOCÊ

Em comemoração ao aniversário de 28 anos da revista GÔNDOLA, estamos oferecendo a oportunidade para que novos leitores que atuam no setor de supermercados também recebam a revista, seja na versão impressa ou na digital. Na versão digital você pode solicitar, além da revista, o envio de alertas com notícias que chegam à nossa redação entre uma edição e outra.

**SE VOCÊ QUER SER INCLUÍDO EM NOSSA LISTAGEM, ACESSE [WWW.AMIS.ORG.BR](http://WWW.AMIS.ORG.BR).**

**UMA VEZ NO WEBSITE, CLIQUE NO ÍCONE REVISTA GÔNDOLA E PREENCHA O FORMULÁRIO.**

recebida em reserva de lucros específica, a qual, ao fim, não pode ser utilizada para pagamento de dividendos aos sócios.

Porém, a Lei Complementar nº 160/2017 permitiu que o mesmo tratamento tributário fosse atribuído a todo e qualquer benefício fiscal e financeiro-fiscal de ICMS, bastando apenas que, para isso, fosse constituída a referida reserva específica de lucros.

A despeito da clareza com a qual a lei trata o assunto, no final de 2020 a Receita Federal do Brasil (RFB) editou uma Solução de Consulta por meio da qual, valendo-se de uma “ginástica” interpretativa desesperada, limitou a abrangência do tratamento. Em suma, a RFB afirmou que, para se valer do tratamento tributário das subvenções para investimentos, a empresa deve comprovar que o benefício de ICMS que usufrui foi concedido com a finalidade de incentivar a realização de um investimento de implantação ou expansão de suas atividades.

Basicamente, a interpretação da RFB ignora a mudança legislativa implementada pela Lei Complementar nº 160/2017. Exatamente por isso, tal entendimento vem sendo amplamente rechaçado pelo Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf), inclusive por sua Câmara Superior.

Os entendimentos judiciais, inclusive do Superior Tribunal de Justiça (STJ), têm também sido favoráveis aos contribuintes. Neste caso, além de se basearem nos §§ 4º e 5º, do art. 30, da Lei nº 12.973, os juízes e tribunais têm entendido que a União não pode tributar benefícios tributários concedidos pelos Estados, independentemente do motivo pelo qual foi concedido e da contabilização dos valores em reserva específica de lucros. Esse último entendimento já se encontra pacificado no STJ, especificamente em relação ao benefício de crédito presumido de ICMS.

Como se pode notar, a fundamentação jurídica desse tema tributário é bastante sólida e conta atualmente com entendimentos amplamente favoráveis aos contribuintes. De qualquer modo, é de se lembrar que a RFB ainda tenta restringir a abrangência do tratamento, o que exige das empresas cuidado na formulação de suas estratégias para se valerem dessa relevante oportunidade tributária.

## Lojas da Rede Tonin passam a oferecer serviços de saque e troco PIX

A Rede Tonin, uma das maiores empresas do setor de atacarejo do interior paulista e do Sudoeste de Minas Gerais, disponibiliza Saque PIX e Troco PIX em suas 18 filiais. Para ter acesso aos recursos em espécie, basta que a pessoa se dirija ao caixa, so-

licite essa opção e o valor desejado. A dinâmica é similar à de um PIX normal, a partir da leitura de um QR Code que será mostrado ao cliente.

No caso do Troco Pix, o cliente faz suas compras normalmente e solicita uma quantia a mais para receber em dinheiro no momento de efetuar o pagamento das mercadorias. Os valores a serem recebidos do saque ou troco PIX são de R\$ 10 a R\$ 300 em dinheiro, em qualquer horário de funcionamento das lojas.

Foram feitas adaptações dos sistemas dos caixas e a implantação começou a ser realizada em fevereiro deste ano, mas por se tratar de um projeto complexo, essas duas novas modalidades de pagamento instantâneo estão disponíveis desde setembro, após um período de testes em uma loja-piloto, com os colaboradores.

Para garantir ainda mais segurança ao consumidor durante a transação, o sistema fornecerá um QR Code dinâmico, ou seja, de uso exclusivo a cada transação de Saque ou Troco PIX.



Divulgação

## Assaí aumenta doações de alimentos em todo o País

Em meio a um processo de expansão acelerado, com previsão de chegar a 300 lojas até o fim de 2023, o Assaí Atacadista está aumentando a quantidade de comida doada para organizações sociais e a capilaridade da destinação dos alimentos em todo o Brasil. Neste ano, a meta é superar 2 mil toneladas em quantidade de doações de frutas, legumes e verduras (FLV). O número significa um crescimento de 65% no comparativo com o ano anterior, quando foram doadas 1,2 mil toneladas de alimentos pela empresa a partir do excedente da operação. Para se ter uma ideia do quanto isso representa, a quantidade é suficiente para contribuir com mais de 4 milhões de pratos de comida. Com o nome de "Programa Destino Certo", a estra-

tégia atua em duas frentes: no combate à fome, porque as doações chegam a comunidades em situação de vulnerabilidade; e também na redução do desperdício de comida, porque traz uma segunda chance a itens que foram rejeitados esteticamente no momento da venda, mas que estão próprios para consumo.

Para isso, os esforços do Assaí se concentram em consolidar parcerias com organizações que atuam na redistribuição de alimentos. As parceiras mapeiam comunidades em situação de vulnerabilidade nos estados onde a empresa conta com lojas, entendem quais são as suas demandas por alimentos e também operacionalizam para que as doações aconteçam.

0% LACTOSE  
0% GLÚTEN  
100% BEM-ESTAR



Chegou **Be Lev**, a bebida vegetal de arroz ideal para substituir o leite e outras bebidas vegetais. Rica em vitaminas B1, B2, B3, B5, B6, B9, B12 e C, Be Lev é perfeita para nutrir o melhor nos seus clientes e nas suas vendas.

FAÇA SEU PEDIDO.

Contém 10 sachês que rendem até **2L**



## Rede Super Maxi chega a 29 lojas, sendo 22 em Uberlândia

A rede Super Maxi inaugurou, dia 29 de setembro, a sua 22ª unidade em Uberlândia. Com o formato de vizinhança, o novo supermercado oferece seções de padaria, açougue, bazar, hortifrutigranjeiros, bebidas geladas, linha completa para churrasco e produtos a granel. A loja fica na Avenida Seme Simão, 1.950, no Jardim Botânico. São 780 metros de área de venda, nove terminais de checkouts e 72 colaboradores empregados de forma direta. Em número de pontos de venda, a Super Maxi é a maior rede da cidade e chega a 29 lojas no total.



A bandeira tem operações também em Uberaba (seis lojas) e em Monte Alegre, com uma unidade.

## Com crescimento de 50% na procura, Bretas aposta nos espaços de floricultura

Os supermercados se tornaram ambientes de oportunidades de oferta de flores e plantas. E, por conta disso, muitos varejistas disponibilizam espaços de destaque para floriculturas. A rede de supermercados Bretas, com lojas em Goiás e Minas Gerais, comercializa plantas em 12 unidades goianas – destas, oito na capital e as outras em Águas Lindas, Formosa, Caldas Novas e Catalão.



Apenas em 2021, o Bretas comercializou 50% a mais em plantas, em relação ao ano anterior. Segundo o Instituto Brasileiro de Floricultura (Ibraflor) todo o setor, incluindo o setor produtivo de flores e plantas para supermercados, floriculturas e festas, a comercialização cresceu, em 2021, 15%, em média.

A escolha das lojas para receber o portfólio de plantas é inicialmente feita pelo fluxo de consumidores na loja, já que na maioria das vezes o público que mais consome esse tipo de produto é composto, preferencialmente, de mulheres, pessoas de mais idade e que moram sós.

A rede entrou nesse mercado em agosto de 2020, após perceber que muitas pessoas queriam ter uma planta dentro de casa. Com a pandemia, as pessoas ficaram isoladas e queriam deixar o lar mais decorado, um ambiente mais leve e alegre, com mais vida, e as plantas e flores permitem criar esse clima agradável. Além disso, cuidar de uma planta ajuda a manter a saúde mental mais equilibrada.



# TERCEIRIZAÇÃO DE ENVASE

Produtos prontos para venda em seu PDV

Conheça nossas categorias:

- Castanhas
- Orgânicos
- Especiarias
- Produtos Naturais
- Frutas Secas
- Sementes
- Grãos

## CONTATE-NOS:

(31)3654-2242

(31)99859-1934

[www.golafoods.com.br](http://www.golafoods.com.br)



## Grupo Bahamas anuncia novas filiais de atacado na Zona da Mata e no Triângulo

O Grupo Bahamas começará a operar duas novas filiais de atacado a partir deste mês de outubro. Segundo a empresa, o objetivo é negociar oportunidades e grandes volumes de acordo com os planos de expansão no modelo Atacarejo/Cash & Carry. A cada ano, esse formato tem elevado a participação no faturamento e hoje já representa quase 60% dos negócios do Grupo. A unidade da Zona da Mata será aberta na rodovia BR-040, km

780, em Juiz de Fora. Já a nova loja no Triângulo Mineiro vai funcionar na rodovia Comunitária Neuza Rezende, km Rural 3, em Uberlândia.

Além de facilitar negociações, compras de grandes volumes e oportunidades, uma grande vantagem oferecida ao fornecedor, de acordo com a empresa, é a compra centralizada, que reduz custos logísticos, gera maior eficiência na operação de abastecimento nas lojas e reduz rupturas, o que cria oportunidades de maiores vendas. “Isso possibilita melhores condições para os clientes, mantendo sempre preços e qualidade dos produtos e serviços oferecidos nas lojas”. É o que prevê a empresa.

“Temos um grande centro de distribuição em Juiz de Fora, que atende a Regional da Zona da Mata, e outro em Uberlândia, que atende toda a região do Triângulo e Alto do Paranaíba. A filial da Zona da Mata, sediada em Juiz de Fora, terá o início de sua operação no dia 1º de outubro de 2022, enquanto no Triângulo Mineiro, cuja sede será em Uberlândia, a previsão de início é dia 20 de outubro de 2022”, informa o Grupo Bahamas



Divulgação

## Rede BH dá início à conversão das lojas adquiridas do Fonte Supermercados, de Leopoldina

Desde 30 de setembro, a loja da rua Acácio Serpa, 600, no centro de Leopoldina, que até o dia 24 de setembro estampava a marca Fonte Supermercados, passou a operar com a bandeira Supermercados BH. A mudança ocorre após a negociação, em meados deste ano, em que o Supermercados BH adquiriu as quatro lojas da rede leopoldinense. O próprio Fonte Supermercados, em comunicado no seu site, anunciou a negociação. A mensagem é dirigida a clientes, parceiros fornecedores e colaboradores e assinada pela “Família Fonte Supermerca-

dos”. “Por 36 anos, estivemos ao lado de Leopoldina, Cataguases, Recreio e cidades vizinhas, abastecendo lares e cumprindo nossa missão de levar os melhores produtos e serviços com os menores preços” (...). “Agradecemos a todos por esses anos que estiveram conosco e desejamos sucesso ao Supermercados BH”. A aquisição amplia a presença da maior rede mineira na Zona da Mata. A bandeira já atua em diversas cidades da região, como Juiz de Fora, Cataguases e Visconde do Rio Branco, onde inaugurou um BH Atacado e Varejo, no dia 22 deste mês.



**SEM**  
**LIMITES**



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

[contato@jackpowerdobrasil.com.br](mailto:contato@jackpowerdobrasil.com.br)

## Grupo ABC abre segunda unidade na Capital

Foi inaugurada, em 6 de outubro, a segunda loja do ABC Atacado e Varejo, em Belo Horizonte. A unidade fica na rua Pitanguí, 3.522, no Horto, Região Leste da Capital. A loja possui área construída de 2,19 mil metros, 14 checkouts e 78 vagas para estacionamento. Instalada numa região altamente residencial, a unidade visa ao atendimento tanto ao consumidor final quanto de pequenos negócios transformadores, além de bares, restaurante, mercearias e minimercados. A nova loja conta também com canais de venda on-line através do site ou aplicativo Super ABC e o serviço de televendas via WhatsApp. Cada empreendimento do ABC Atacado e Varejo gera, em média, cerca de 150 empregos diretos.

Divulgação



Fachada da segunda loja da rede ABC em Belo Horizonte; da esq. para a dir. na foto, o Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala, o presidente do Grupo ABC, Valdemar Martins do Amaral e o diretor Comercial, Thúlio Fernandes Martins.



## Tramontina também em linha personalizada

A Tramontina está ampliando ainda mais as oportunidades oferecida pelo mix de 18 mil itens que possui. Uma área de negócios atende à seguinte pergunta: “que tal dar um presente que combine a sua marca com a qualidade Tramontina?”. Com a linha Personaliza, a empresa oferece a resposta. São produtos personalizáveis e funcionais, tais como utensílios de cozinha, móveis de plástico e de madeira, itens para jardinagem, ferramentas e muito mais. A cliente escolhe produto, cores, embalagens e estampas.

## Sprinter comemora 25 anos no Brasil

A Mercedes-Benz Cars & Vans Brasil está celebrando 25 anos do lançamento da Sprinter no mercado brasileiro. Estreando em 1995 na Alemanha, o modelo foi o primeiro veículo de transporte da Mercedes-Benz a receber um nome próprio, que hoje designa uma ampla linha. A chegada ao Brasil em agosto de 1997, apenas dois anos após seu lançamento na Alemanha, marcou a introdução no país do segmento de Large Vans, veículos comerciais de médio porte, com peso bruto entre 3,5 e 5 toneladas. Mais de 180 mil unidades da

Sprinter circulam hoje no Brasil. Disponibilizada em quatro diferentes tipos construtivos – van para passageiros, furgão vidrado, furgão, ou chassi com cabine – a Sprinter conta com 87 possibilidades de configuração. A gama vai desde as alternativas para transporte escolar, turismo, traslados, transporte urbano e fretamento aos furgões para serviços de entrega e chassis com cabine voltados para o transporte de mercadorias. Entre outras utilizações destacadas estão as ambulâncias, veículos de segurança e motorhomes.





## ATENÇÃO, REPRESENTANTES COMERCIAIS E EMPRESÁRIOS MINEIROS!

De acordo com a legislação, o **ÚNICO MEIO LEGAL** para exercer a Representação Comercial no nosso estado é com o registro no Conselho Regional dos Representantes Comerciais de Minas Gerais (Core-MG).

No momento em que a economia do Brasil dá sinais de recuperação, a **REPRESENTAÇÃO COMERCIAL** apresenta-se como uma atividade crucial na retomada do desenvolvimento sustentável do nosso país.

Por tudo isso, convidamos todos a participarem da campanha de **VALORIZAÇÃO dos Representantes Comerciais**, lembrando a importância de as empresas só contratarem profissionais registrados no Core-MG.



**E NÃO SE ESQUEÇAM:** a categoria representa fator de fomento e distribuição de riquezas, atuando como um dos principais elos da cadeia econômica que une a indústria, o comércio, a agropecuária e os serviços.

## Segunda loja do Apoio Mineiro é inaugurada em Betim

Foi inaugurada, dia 22 de setembro, a segunda unidade do Apoio Mineiro, no município de Betim, na Grande BH. A loja fica no bairro Laranjeiras (avenida Juiz Marco Túlio Isaac, 10.293) e demandou investimentos de R\$24 milhões. Cerca de 150 empregos diretos e 100 indiretos foram gerados. O empreendimento, bandeira de atacarejo do Grupo Superosso, tem espaço total de 6,5 mil metros quadrados, dos quais 4,6 mil destinados à área de venda. O estacionamento oferece 160 vagas, incluindo 105 cobertas.

O novo Apoio atende regiões como Teresópolis, PTB e Imbiruçu, e terá atenção especial para os pequenos empresários e transformadores da região. É o que assegura o

diretor de Cash & Carry do Apoio Mineiro, Epifânio Parreiras Júnior. “Além da inauguração especial para donos de mercearias, restaurantes, padarias e pequenos mercados, nossa loja terá preços especiais para compras em maiores quantidades, que poderão ser feitas na hora, na própria loja, ou pelo sistema de televendas, com a entrega em seus estabelecimentos”, destaca.

Para os consumidores diretos, a nova loja de Betim terá a modalidade de vendas “Clique e retire”. Assim, é possível comprar pela internet e retirar na unidade física em horários pré-agendados, sem enfrentar filas. A unidade terá, ainda, o sistema de cashback, em que o cliente recebe descontos na compra, que podem ser utilizados em aquisições futuras na própria loja.



Divulgação



## Grupo Carrefour Brasil e Cornershop by Uber: pedido entregue em 15 minutos com o “Carrefour Já”

Usuários da Cornershop by Uber em algumas regiões da cidade de São Paulo começaram a ter, em setembro, acesso a uma nova opção dentro do app: o “Carrefour Já” é a aposta do aplicativo e do Grupo Carrefour Brasil para o segmento de pedidos de mercado em cerca de 15 minutos. Desenvolvida em parceria pelas duas empresas, a nova marca já nasce com diferenciais de mercado que vão se refletir no modelo de escalabilidade do negócio e na experiência do consumidor final.

A operação dentro das lojas Carrefour Express contribui para maior sortimento de produtos, além de uma grande

variedade de fornecedores. Hoje, o projeto trabalha com um número entre 2 mil e 3 mil SKUs por loja e com abastecimento diário, o que garante a qualidade dos produtos frescos, que correspondem a 30% dos itens pedidos.

O Carrefour iniciou com duas lojas neste formato em julho, ampliou para cinco em agosto e vem entregando resultados consistentes semana após semana. A grande variedade de itens à disposição do usuário impulsiona o “Carrefour Já” em um segmento que, para viabilizar a implementação de dark stores, costuma trabalhar apenas com cerca de mil SKUs por loja.



**Qualidade, Rendimento,  
Entrega Rápida e Segura  
e os Melhores Preços  
do mercado!**



PROMOÇÕES, DICAS, RECEITAS E MUITO MAIS:

**@cruzeirodosulalimentos**

[cruzeirodosulalimentos.com.br](http://cruzeirodosulalimentos.com.br)

**32 3539-3000**  **UBÁ - MG**



# SOLUÇÕES COMPLETAS PARA SEU NEGÓCIO



- ▶ Gôndolas
- ▶ Porta Paletes
- ▶ Check-outs
- ▶ Expositores com máquina acoplada

LANÇAMENTO



LANÇAMENTO

# VENDA MAIS, COM MELHORES RESULTADOS



**LANÇAMENTO** - vitrine promocional com bandeja giratória



- ▶ Expositores
- ▶ Câmaras frigoríficas
- ▶ Casas de máquinas

**LANÇAMENTO**



catálogos

- ▶ *Monitoramento remoto*
- ▶ *Assistência técnica 24 horas*



# De volta ao **EXPOMINAS**

CONSIDERADA UM DOS MAIORES EVENTOS DO SETOR DE SUPERMERCADOS, A SUPERMINAS ESTÁ DE VOLTA EM SEU FORMATO PRESENCIAL, PERMITINDO QUE O PÚBLICO PRESENTE NO EXPOMINAS DESFRUTE DE OPORTUNIDADES EXCELENTE DE ATUALIZAÇÃO, CONHECIMENTO, RELACIONAMENTO E NEGÓCIOS

Cenas da Superminas 2019, a última antes da pandemia, que evidenciam a grande presença de público; na Superminas 2022, a primeira pós-pandemia, a expectativa é que sejam superados os recordes de 2019

**V**aleu à pena esperar. A Superminas 2022 representa o retorno do público presencial a este que é um dos maiores eventos do setor de supermercados do País, agora em sua 34ª edição. São aguardadas nestes três dias da Superminas 2022 – 18, 19 e 20 de outubro – nada menos que 55 mil pessoas. Todos com saudade do megaevento que teve que ser adiado neste formato nos anos de 2020 e 2021, por causa da pandemia.

Sem dúvida, um megaevento que reflete a dimensão alcançada pelo setor supermercadista mineiro, hoje o segundo maior do País em faturamento. A AMIS, organizadora da Superminas, é a entidade que representa esse setor essencial à população e altamente relevante para a economia mineira. Em números do balanço de 2021, o setor supermercadista mineiro reúne 10,6 mil lojas, que geraram diretamente 358,7 mil postos de trabalho. O faturamento do setor totalizou R\$ 63,4





bilhões, o que representa 7,8% do Produto Interno Bruto (PIB) de Minas Gerais. Ao longo do ano, o setor investiu R\$ 1,04 bilhão em expansão, gerando 10,7 mil novos postos de trabalho nas 106 novas unidades inauguradas. A força do setor em Minas Gerais é retratada também no ranking nacional de supermercados. O estado tem seis redes entre as 25 maiores do país. A participação estadual no faturamento nacional do segmento é de 11,9% e no número de lojas, de 11,8%.

Durante os três dias de evento estão disponíveis para os participantes mais de 70 atrações da área de conhecimento. São palestras, fóruns, workshops, painéis, talk shows e muitos outros treinamentos que fazem diferença no desenvolvimento pessoal e profissional.

## FEIRA

Além desta expressiva programação voltada para o conhecimento, a Superminas oferece amplas oportunidades para gerar negócios e relacionamentos, com a Mostra de Fornecedores (feira) que acontece durante o evento.

Este espaço ocupa praticamente toda a área disponível do Expominas para exposições. Estão presentes nesta Superminas 2022 mais de 500 empresas expositoras, oferecendo produtos e serviços para atender a todas as demandas do varejo. Na última edição, em 2019, os negócios gerados foram da ordem de R\$ 1,95 bilhão, com um total de 517 expositores. A expectativa da direção da AMIS para este ano é de repetir ou até superar esse sucesso de público e negócios.

Neste ano, somados aos estandes regionais e nacionais, a feira tem também a presença de expositores internacionais que descobriram na Superminas uma grande vitrine para apresentar seus produtos ao mercado mineiro. Além de compradores vindos de diversos países como visitantes, a área de exposição tem a presença confirmada de estandes de empresas da América do Sul e da Ásia.



A área de exposição conta com a presença das indústrias regionais e das maiores nacionais e multinacionais dos ramos de alimentos, bebidas, pets, finanças, tecnologias, máquinas, equipamentos, construção, reformas, prestação de serviços e todos os perfis de empresas para oferecer soluções ao varejo de forma geral. Essas empresas se instalam em estandes que ocupam o “Pavilhão Minas” e o “Pavilhão Gerais”.

### ORGÂNICOS

Com crescimento anual sempre na casa dos 30%, segundo a cadeia produtiva do setor, os produtos orgânicos ganham cada vez mais espaço na cesta do consumidor e nas gôndolas dos supermercados. Neste ano, terão forte presença também na feira. A Organis – Associação de Promoção dos Orgânicos – entidade sem fins lucrativos, que trabalha para divulgar os conceitos e as práticas orgânicas, contratou um espaço exclusivo para apresentar os produtos e toda a filosofia desse segmento ao mercado mineiro.

### PEQUENOS NEGÓCIOS

A Superminas tem espaço também para um perfil de empreendimento de grande importância no abastecimento mineiro. São os pequenos negócios, responsáveis por muitos produtos exclusivos comercializados nas gôndolas dos supermercados e pelo desenvolvimento econômico,



co, principalmente, de pequenos municípios. E, para tratar desse assunto, a AMIS se aliou a quem entende muito de pequenos negócios: o Sebrae-MG e o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, o Senar Minas.

Numa área de exposição reservada para aos pequenos negócios, a parceria possibilita a presença de pequenos empreendedores que já fornecem ou tem potencial para se tornarem fornecedores dos supermercados. No espaço, terão a oportunidade de iniciar relacionamentos e fazer negócios com empresas supermercadistas de todos os portes, incluindo desde pequenos empórios até as maiores redes de supermercados.

### ENCONTRO DA AMIS JOVEM

A Superminas tem também uma atração voltada para os jovens sucessores supermercadistas. É o encontro da AMIS Jovem, que será no “salão de vidro”, das 10h às 13h, na quarta-feira (19), segundo dia do evento. A programação do encontro, o 16º da entidade desde que foi criada exatamente na Superminas, em 2019, prevê o café

No alto e abaixo, movimentação do público na Feira de Negócios da Superminas 2019







de boas-vindas, às 10 horas, seguido da abertura, e momento de patrocinador (Baldo) e palestra com o diretor de Atendimento ao Varejo da Nielsen, Roberto Butragueno Revenga. Em seguida haverá mais dois momentos de patrocinador (Totvs e Mantiqueira Brasil).

Na sequência, será a vez do "Histórias que Inspiram", um quadro de grande sucesso, normalmente, apresentado por jovens empreendedores. Desta vez, a convidada é a jovem Daniela Lacerda, que aos 29 anos, comanda a rede baiana de supermercados Corujão 24h, que fatura R\$285 milhões. O encerramento do encontro será com a apresentação de uma retrospectiva da entidade, seguida de almoço.

## EVENTO FEMININO

Já tradicional na Superminas, outra atração é o Evento Feminino, das 11h30 às 16h30, do dia 19, no Espaço Mariangela, em Nova Lima. Paralela à programação no Expominas, o encontro reúne empresários supermercadistas e fornecedoras e executivas desses setores num momento de descontração, de rever amigas e de falar de negócios. O evento deste ano, certamente, tem um sentido ainda mais forte por ser o primeiro desde o início da pandemia, em 2020. A palestra é com o escritor, psicólogo clínico e mestre em saúde coletiva, Rossandro Klingler.



**CONFIRA NAS PÁGINAS SEGUINTES DESTAQUES DA PROGRAMAÇÃO DA SUPERMINAS 2022 NA ÁREA DO CONHECIMENTO**




Imagem de alexsandriltelovf no Freepik

Playvender Distribuidora atua em todo o estado de Minas Gerais com **EXCELÊNCIA EM DISTRIBUIÇÃO** e levando as **MELHORES SOLUÇÕES** para nossos clientes e fornecedores.



 @Playvender

 Playvender Distribuidora

 (31) 3519-3501

 [www.playvenderstore.com.br](http://www.playvenderstore.com.br)



Estaremos localizados no Pavilhão Gerais, Rua 6 com Av. C.

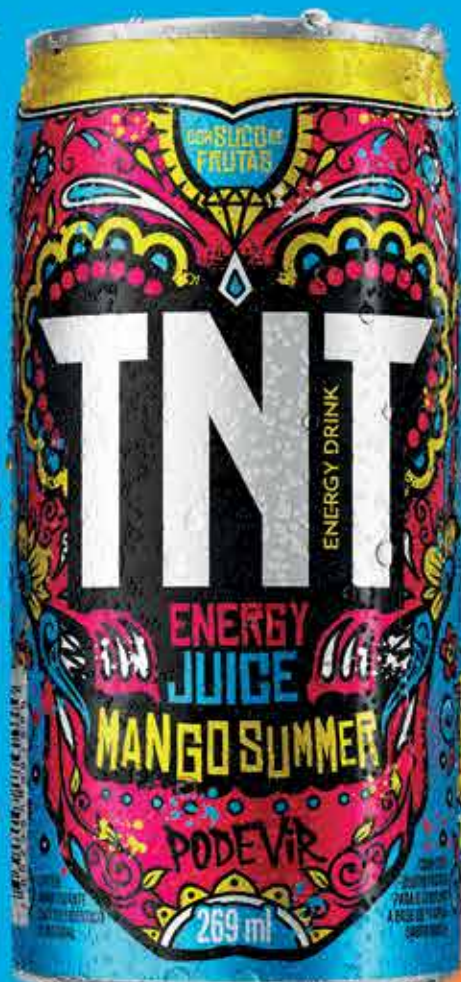
CHEGOU O

NOVO

TNT

# MANGO SUMMER

COM MIX  
DE FRUTAS



TNT

# RESISTÊNCIA QUE ESTICA O VERÃO



WVLY&R

## ALTO INVESTIMENTO EM ATIVAÇÕES



REDES  
SOCIAIS



AÇÕES  
NÃO POV



INFLUENCIADORES  
DIGITAIS



MATERIAIS  
DE POV

O TNT Mango Summer é o mais novo sabor de TNT. Feito com um delicioso e refrescante mix de frutas, ele oferece a refrescância necessária pra você esticar a melhor época do ano: **o Verão.**

### EMBALAGEM

LATA 269 ML  
LATA 473 ML

### EAN UNITÁRIO

7897395001650  
7897395001681

### EAN FOUR PACK

7897395001667  
7897395001698

### EAN CAIXA

7897395001674  
7897395001704



18out



### APRENDA A AVALIAR O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PARA VENDER MAIS

9h - Auditório Esmeralda



Analisar o comportamento do consumidor é essencial para a manutenção da competitividade de qualquer negócio, permitindo concentrar os esforços onde realmente é necessário para que os resultados sejam alcançados. A palestra tem o objetivo de esclarecer os principais tópicos de análise e dados do setor supermercadista para pequenos negócios.

**Jonas Bovolenta** - Especialista em varejo e mercado de consumo. Vivência em capacitação em marketing digital, vendas e atendimento ao cliente com foco no varejo.



### MARGEM X VOLUME, COMO SER EFICIENTE E OTIMIZAR A RENTABILIDADE

9h - Auditório Rubi



Abordagem quanto a importância da análise sobre margem de contribuição e sua interface com indicador de performance dos negócios.

**João Victor Vasconcelos** - Administrador, instrutor e consultor nas áreas de empreendedorismo, modelagem de negócios e finanças.



### INSTAGRAM PARA NEGÓCIOS: 8 DICAS PARA VENDER DO JEITO CERTO

10h30 - Auditório Rubi



O Instagram é, atualmente, uma rede social muito utilizada no Brasil por milhões de pessoas. Por isso, se tornou também um importante canal de relacionamento com os clientes, que pode gerar muitas vendas. Contudo, a atuação das empresas nessa ferramenta, que oferece um perfil específico para empresas com funcionalidades especiais, precisa de estratégias de marketing pré-estabelecidas. Não adianta só postar sem ter um objetivo.

**Ana Paula Ribeiro** - Consultora de Marketing no SEBRAE Minas. Experiência na gestão de projetos integrados de comunicação e marketing e gestão de redes sociais para negócios.



### "PADARIA, O PÃO E O PONTO" – COMO FAZER O RAIOS X DO SEU PONTO COMERCIAL

10h30 - Auditório Esmeralda



No varejo da alimentação como padarias, oferecer um bom produto e uma estrutura bem montada nem sempre é sinônimo de sucesso. A localização do estabelecimento tem grande influência nesse desempenho e para isso é fundamental aprender a analisar de forma estratégica as variáveis do território que impactam nas vendas.

**Rodrigo Eduardo Barbosa** - Analista Técnico do Sebrae Minas. Possui experiência de 9 anos como consultor, palestrante e gestor de projetos setoriais.



### PERSPECTIVAS ECONÔMICAS. O BRASIL E O MUNDO

14h - Auditório Diamante



Discutir o cenário político e econômico em nosso país e no mundo; a influência da pandemia; da guerra Rússia e Ucrânia; da inflação e das eleições no Brasil.

**Pablo Spyer (Tourinho de Ouro)** - Apresentador na Jovem PAN, é profissional sênior de investimentos em mercados emergentes, com 27 anos de história no setor de serviços financeiros.

**Rafael Furlanetti** - Sócio e Diretor Institucional na XP Investimentos

### SOLENIIDADE DE ABERTURA



15h30 às 16h30  
Auditório  
Diamante

**HÁ  
35  
ANOS  
COM TODA  
SEGURANÇA**

**SEGURANÇA**

VIGILÂNCIA  
PATRIMONIAL  
SEGURANÇA  
PESSOAL

**SERVIÇOS**

PORTARIA  
VICIAS  
BRIGADISTA  
PROFISSIONAL

**ELETRÔNICA**

ALARME E CFTV  
PORTARIA ATIVA  
UNIDADE ATIVA DE  
INSPEÇÃO

19out

**RESTAURANTE NO SUPERMERCADO: SOLUÇÃO PARA O CLIENTE, RESULTADO PARA O NEGÓCIO**

9h - Auditório Prata

Apresentar tendências, estratégias, táticas e cases de Fast Food/Restaurante lucrativos em supermercados

**Rafael Carolino - Chef Executivo na Middleby do Brasil.**

Especialista em equipamentos de alta tecnologia focado no segmento de Food Service e Residencial, com inúmeras soluções para diversos tipos de negócios e necessidades dos clientes.

**POSICIONAMENTO DE PRODUTOS NA PANIFICAÇÃO: OPORTUNIDADES DE VENDA.**

9h - Auditório Ouro

Demonstrar mix de produtos panificados, confeitaria, rotisseria, laticínios, foodservice. Falar da recorrência de compra, das oportunidades de venda e fidelização do cliente.

**Simone Collet - Nutricionista de produção e processos, com pós-graduação na área. Consultora em food service e especialista em gestão de projetos para panificação.**

**PERDA AMPLIADA: COMO PROTEGER E POTENCIALIZAR SEU RESULTADO**

9h - Auditório Esmeralda



Apresentar as principais ações para eficiência da operação, redução de perdas, proteção do lucro. Discutir indicadores, gestão de PP, conceito "best before" entre outros.

**Carlos Eduardo Santos - Professor, palestrante, presidente da ABRAPPE - Associação Brasileira de Prevenção de Perdas. Autor do livro "Manual de Planejamento de Gestão de Perdas e Gestão de Riscos".**

**AS "STARTUPS" E AS SOLUÇÕES PARA O VAREJO**

9h - Auditório Rubi



Apresentações e pitches com startups e hubs de inovação para o setor supermercadista e troca de informações com empresários do segmento.

**Fernando Bravo - CEO & founder da VipCommerce.**

**A "CIÊNCIA DO CONSUMO" E OS IMPACTOS NO VAREJO: AVALIE O SUPERMERCADO DO FUTURO**

9h - Auditório Diamante

Demonstrar como a ciência impacta na evolução do comportamento do consumidor e a na gestão do relacionamento com os clientes.

**Fernando Gibotti - Doutor em Computação Aplicada, é coordenador em projetos de CRM, fidelidade e inteligência de dados em grandes empresas do varejo e da indústria.**



VISITA TÉCNICA - 19/10 - 08h às 15h30

**Visita à Rematec e ao Supermercados BH - Vale do Sereno**

**Objetivo:** Conhecer os processos e as novidades em duas empresas que são referências no setor supermercadista mineiro.

**Informações e inscrições:** (31) 2122-0500

TENHA PRODUTOS CAMPEÕES  
DE VENDAS EM SUA LOJA



**VISITE NOSSO STAND!**

AVENIDA C ESQUINA COM A RUA 5, Nº57



19out



## A ARTE DE MONTAR, PREPARAR E REter EQUIPES

10h30 Auditório Diamante



Sem gente de qualidade, no lugar certo, engajada e alinhada com as metas de longo prazo da empresa, nenhum negócio corre o risco de dar certo. E mais: se não trabalhar a retenção, não funciona!

**Márcio Utsch** - Presidente do conselho da CEMIG, foi CEO da Alpargatas de 2003 a 2019!



## DICAS E PRÁTICAS NA ÁREA TRIBUTÁRIA: UM DEBATE TÉCNICO SOBRE QUESTÕES TRIBUTÁRIAS RELEVANTES PARA O SETOR SUPERMERCADISTA.

10h30 Auditório Esmeralda



**Momento 1: Desdobramentos do RE 593.849/MG: o sujeito passivo estaria obrigado a complementar o ICMS-ST cuja base de cálculo foi presumida?**

**Dr. João Paulo Fanucchi** - Advogado tributarista, Professor, Mestre e Doutor, Conselheiro Emérito do Conselho de Assuntos Tributários da FEDERAMINAS, Conselheiro do Conselho de Assuntos Jurídicos da AC Minas, sócio fundador da Almeida Melo Sociedade de Advogados.

**Dr. Daniel Pimenta** - Sócio fundador do escritório Sgarbi & Magalhães Advogados, conveniado AMIS, com atuação destacada em Direito Público, com ênfase em Direito Tributário e Administrativo.

**Momento 2: Benefícios de ICMS: (Não) tributação pelo IRPJ e CSLL**

**Dr. Daniel Sena** - Advogado, Pós Graduação em Direito Tributário, Especialista em Planejamento Tributário e Controladoria, Contabilidade em IFRS e Controladoria.

**Momento 3: Recuperação de Créditos Tributários: Oportunidades e Prevenção de Riscos**

**Dr. Eduardo Arrieiro** - Advogado, Mestre em Direito Tributário, MBA em Direito Tributário, Conveniado AMIS.

**Marcos Soares** - Administrador de Empresas, Contador, Diretor proprietário da CONSULFORTE, conveniado AMIS.



**Moderação:** Dra. Emmanuelle Christie  
- Advogada Tributarista da AMIS.



## CASES DE SUCESSO DE PADARIAS: PRODUTOS PRESENTEÁVEIS

Exposição de casos com resultados positivos, utilizando produtos da padaria como presente.

10h15 Auditório Ouro

**Thiago e Thais Cassiano** - Diretores na Padaria Marte Pães



10h45 Auditório Ouro

**Juliana Braga** - Proprietária da Padaria Villa Lourdes  
**Kadu Carneiro** - Especialista em Pães Artesanais



## CONFEITARIA AFETIVA: COMO VENDER MAIS, UTILIZANDO MEMÓRIAS AFETIVAS

10h30 Auditório Prata

"Culinária afetiva" é uma gastronomia baseada em memórias. É experimentar um prato e imediatamente associar aquele sabor a uma lembrança gostosa da vida. Pode ser da infância, do tempo morando sozinho, daquela superação que ninguém sabe que você viveu.

**Carol Mesquita** - Chef proprietária da Botânica.



CAMPANHA DE COMBATE AO CÂNCER INFANTIL

Fazer o bem

tem um

gostinho especial



Uma campanha social em parceria com o Instituto do Câncer Infantil que visa arrecadar mais de R\$1 milhão para instituições que lutam contra o câncer infantojuvenil em todo Brasil.



EMBALAGENS PERSONALIZADAS

gostinho especial

ARROZ

EM BREVE NO SEU PDV

PARCERIAS

MÍDIA NACIONAL

MÍDIAS DIGITAIS

DIVULGAÇÃO 360

PDV

SAIBA MAIS EM: PRATOFINO.COM.BR/FAZEROBEM

VALIDA ATÉ SETEMBRO DE 2023. comercial@pirahy.ind.br +55 55 3431-0300 +55 55 98136-0459

19out

**SEDE DE VENCER: ESTIMULANDO SEUS PONTOS POSITIVOS.**

12h Auditório Diamante

 Palestras

Uma palestra inspiradora que fala sobre forças adormecidas dentro de nós e de atitudes necessárias para vencer.

**José Felipe Carneiro** - Um dos fundadores da Cervejaria Wais, é palestrante, gestor e líder de grandes equipes em diversos negócios do mundo, é reconhecido por fermentar resultados e engajar pessoas.

**COMO OTIMIZAR E TRABALHAR PRODUTOS EM VITRINES AQUECIDAS**

14h Auditório Prata

Discutir a perda e desperdício de salgados e produtos de vitrine aquecida.

**Rafael Carolino** - Chef Executivo na Middleby do Brasil. Especialista em equipamentos de alta tecnologia focado no segmento de Food Service e Residencial, com inúmeras soluções para diversos tipos de negócios e necessidades dos clientes.

**COMO ENGAJAR PESSOAS E ALCANÇAR GRANDES RESULTADOS**

14h Auditório Ouro

Discutir conceitos e técnicas para engajar a equipe e alcançar resultados diferenciados: "gente com brilho nos olhos".

**Kelly Malheiros** - É co-fundadora da Escola de Varejo. Especialista em desenvolvimento de pessoas para o varejo, é mentora, escritora e palestrante internacional.

**HONEST MARKET, O CANAL MAIS PRÓXIMO DO CLIENTE DENTRO DA ESTRATÉGIA OMNICHANNEL DOS VAREJISTAS**

14h Auditório Esmeralda

Em meio a pandemia os minimercados se consolidaram e se tornaram uma tendência. Conheça a história da Be Honest e como acontece a operação das lojas de ultra conveniência.

**Vitor Casagrande e Marcelo Carneiro** - Jovens empreendedores, co-fundadores da Be Honest empresa que dissemina honestidade através de mais de 250 minimercados por todo o Brasil.

**MOMENTO JURÍDICO AMIS**

14h Auditório Rubi

Apresentar as principais alterações em assuntos trabalhistas e de fiscalização (PROCON, Visa, IPEM, dentre outros).

**Conrado Di Mambro** - Advogado, especialista em Direito do Trabalho. Sócio do Mantuano & Di Mambro Advocacia.

**Rachel Dias** - Médica Veterinária, Mestre em Ciências do Alimentos.



**Moderação:** Karina Menezes - Gerente Jurídico no Cencosud e Presidente do Comitê Jurídico da AMIS.

**COMPREENDENDO E ATENDENDO AS DEMANDAS DO NOVO CONSUMIDOR.**

14h Auditório Diamante

Avaliar o conjunto de percepções e impressões que uma empresa tradicional possui para atender esse "novo consumidor", que ganhou e ainda ganha força e influência no "pós pandemia".

**Jacques Meir** - CEO do Grupo Padrão e CEO do Mundo do CX, é especialista em comportamento do consumidor e tendências de consumo, branding, comunicação integrada.



# O MUNDO MUDOU, MUDE VOCÊ TAMBÉM.

TRADIMAQ: DISTRIBUIDORA EXCLUSIVA DA YALE



- ✓ QUALIDADE
- ✓ ROBUSTEZ
- ✓ ALTA PERFORMANCE
- ✓ ENTREGA IMEDIATA

Conte com nossa linha diversificada de equipamentos elétricos e a combustão para obter as melhores soluções para seu negócio.

Com 34 anos de mercado, a Tradimaq é a melhor opção no fornecimento de empilhadeiras em Minas Gerais, Goiás, Distrito Federal, Rio de Janeiro e Espírito Santo. Oferece ainda:

- Assistência técnica especializada;
- Grande estoque de peças genuínas;
- Equipe preparada e capacitada para fornecer o melhor atendimento.



**TRADIMAQ**

Organização à altura de seu negócio

Ligue: **MG:** (31) 2104.8006 **GO:** (62) 3202.8004 **RJ:** (21) 9 9747.3913 **ES:** (27) 9 9870.3229

19out

## DIÁLOGOS COM O PROCON-MG

15h Auditório Rubi

Entenda as competências do Procon Estadual, os principais itens verificados e as possíveis alterações que virão pela frente.

**Procon MG**  
Ministério Público de Minas Gerais

**comitê AMIS**  
AMIS

## OPERAÇÃO DE LOJA PARA PRODUTOS PERECÍVEIS

15h30 Auditório Prata

Fazer um diagnóstico da área de vendas para melhorar os resultados do negócio.

**Paulo Scolfaro** - Especialista em operação de loja, CEO da Malheiros & Scolfaro Treinamento e Consultoria



**Moderação:** Gustavo Vanucci - Especialista em Inteligência de Mercado, mais de 25 anos de experiência no varejo de alimentos

## SOMOS "PANÍVOROS" - OS DESAFIOS DA CATEGORIA QUE ALIMENTA UM PAÍS

15h30 Auditório Ouro

Um panorama de mercado, com tendências e desafios para o varejo, com abordagem provocativa para os profissionais do setor que visam inovar em suas padarias, surpreendendo os consumidores.

**Fábio Ferreira** - Diretor Executivo na Jeito Caseiro Panificação e Confeitaria Congelados

## A FORÇA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL PARA GERAR FLUXO EM LOJA E NO E-COMMERCE

15h30 Auditório Esmeralda

Discutir o marketing digital e comunicação, integração de canais, integração digital, regionalização, construção de relação de jornada de compras no varejo desde o ponto de venda até o canal online, além do mundo Drika, Vuca e Bani.

**Daniela Capeletti** - Head of Client Performance na Senso Performance

## PROCESSO SUCESSÓRIO: UM DESAFIO PARA O FUNDADOR, SUCESSORES E EQUIPE

15h30 Auditório Diamante

**AMIS**  
JÓVENIS



As empresas familiares representam uma parte significativa da economia brasileira. Além de ser o sonho do fundador, perpetuar essas empresas é fundamental para o equilíbrio do país, pois, as organizações de natureza familiar têm grande representatividade no cenário econômico.

**Domingos Ricca** - Sócio-Diretor da Ricca Associados, Conselheiro Fiesp e Conselheiro do COMPE - Conselho Superior da Micro, Pequena e Média Indústria. Idealizador e apresentador do Programa Voz de Empresário, PhD em Administração, autor de livros sobre o tema: Empresa Familiar.

**Ricca**  
Associados

**PifPaf**  
alimentos

**Sorrisos. Nosso tempero especial na vida da nossa gente, parceiros e consumidores.**



A receita especial da Pif Paf Alimentos é fazer juntos, levando a milhares de pessoas no Brasil e no mundo, muito sabor e momentos felizes através de uma ampla linha de alimentos para diferentes consumidores e ocasiões, produzidos com excelência.

**Pif Paf Alimentos. Juntos, criamos uma vida mais saborosa.**



20out

**FORNEAMENTO E FINALIZAÇÃO DE PRODUTOS NA ÁREA DE VENDA**

9h Auditório Prata

Discutir a perda e desperdício de salgados e produtos de vitrine aquecida.

**Rafael Carolino - Chef Executivo na Middleby do Brasil.**

Especialista em equipamentos de alta tecnologia focado no segmento de Food Service e Residencial, com inúmeras soluções para diversos tipos de negócios e necessidades dos clientes.

**COMO CRIAR FESTIVAIS DE PRODUTOS PARA AUMENTAR A RECORRÊNCIA DE COMPRA E FIDELIZAR O CLIENTE.**

9h Auditório Ouro



Apresentar estratégias e ações de venda baseadas nos produtos de panificação, confeitaria, rotisserie e correlatos.

**Simone Collet - Nutricionista de produção e processos, com pós-graduação na área. Consultora em food service e especialista em gestão de projetos para panificação.**

**INTELIGÊNCIA EM PRICING, GERANDO RESULTADOS COMPETITIVOS E FINANCEIROS NO VAREJO**

9h Auditório Esmeralda

Uma estratégia de precificação precisa considerar o público-alvo da loja, ter o entendimento do mercado e uma estratégia bem definida. Como a inteligência e ferramentas de pricing podem ser aplicadas de forma prática para que o varejista tenha mais competitividade e rentabilidade em um cenário cada vez mais desafiador.

**Jorge Ortiz - Empresário, fundador e CEO da Pricemet, atuando no mercado com soluções de PRICING.**

**LIDERANÇA COM FOCO EM RESULTADO**

9h Auditório Rubi

Proporcionar um aprendizado necessário a quem busca se tornar um líder e se sentir mais capaz de cumprir os próprios objetivos, através da avaliação de modernos conceitos de liderança, para propiciar um clima organizacional que leve o time a ter grandes resultados.

**Sérgio Pessoa de Melo - Master Coach e Master Trainer.**

**O PODER DA INTELIGÊNCIA ANALÍTICA PARA ALAVANCAR RESULTADOS**

9h Auditório Diamante



Pensar no crescimento dos negócios sem uso de dados não faz mais parte da realidade. O desafio é: como preparar a empresa e os indivíduos para o uso de todas as informações disponíveis e extrair as respostas para as decisões corretas? Conheça como a Unilever está transformando seu processo decisório através do Data HUB.

**Rafael Andreatta - Diretor de Business Intelligence, foi criador da área de dados e fundador do Data Station na Unilever Brasil, é um "NERD" com grande experiência no varejo.**





**Café Barão® é tradição na mesa da família mineira.  
Não deixe faltar na sua gôndola.**



meucafebarao

CAFÉ  
**Barão®**

Sabor puro do interior para você  
se reconectar com sua história.

20out

**PADARIA ARTESANAL E O CONCEITO DE BOULANGERIE**

10h30 Auditório Prata

Apresentar as características essenciais da boulangerie: pães artesanais e especiais; congelamento de pães rústicos.

**Fernando Bebber** - Chef Boulangerie  
**Gilson Santos** - Chef de Padaria na Fomada Padaria (SP)

**EXPERIÊNCIA DE LOJA, VISÃO 3D - COMO PLANEJAR SUA LOJA PARA MAIOR EFICIÊNCIA E LUCRATIVIDADE**

10h30 Auditório Ouro

Uma loja pensada estrategicamente é o primeiro passo para um novo momento do seu negócio.

Como a inovação possibilita atuações otimizando tempo e recursos, sem perda de tempo ou materiais, Tecnologia aplicada para vivenciar a mudança na sua loja antes mesmo de uma reforma ou construção, em uma experiência inovadora para o segmento. Organização da loja de maneira que faça sentido para o negócio. Eficiência, soluções para agilidade no checkout, soluções em software para pequeno e médio varejo.

**Alessandra Coelho** - Diretora Executiva na Rematec Tecnologia para Varejo

**ECONOMIA PRATEADA: OPORTUNIDADES E DESAFIOS DO CLIENTE 60+**

10h30 Auditório Esmeralda

A economia prateada é ainda uma incógnita para grande maioria das empresas. No entanto, os 60+ são o grupo demográfico que mais cresce no país. Hoje são 16% da população e em 2050 deverão ser 31%; se adicionarmos os 50+ chegaremos a 25% da população, que representam, respectivamente, uma renda agregada anual de R\$1,1 trilhão e 1,9 trilhão. Um mercado ainda mal compreendido e mal atendido. Saiba como se preparar adequadamente para atender esse público exigente, fiel e cada vez mais digitalizado.

**Sérgio Werther Duque Estrada** - Founder e CEO da Ativen. Representa o Aging 2.0 para a América Latina.

**CENTRAIS DE NEGÓCIOS: DESAFIOS, OPORTUNIDADES E INOVAÇÕES**

10h30 Auditório Rubi



Discutir os desafios, oportunidades, inovações e situação atual das centrais de negócios em MG e no Brasil.

**José Márcio** - Sócio | CLRD Advogados  
**Lucas Alvarenga** - Diretor Comercial | ITA Comércio Exterior  
**Marcos Manéa** - Diretor | União de Redes Brasil (UniBrasil)  
**Vinicius Mendes** - Presidente | Associação Hipervalor Varejista

**TECNOLOGIAS E O VAREJO DO FUTURO**

10h30 Auditório Diamante

varejo180



Apresentar o resumo dos principais eventos internacionais em 2022 - Websummit Lisboa | NRF | SXSW | World Retail Congress e destacar as novidades em: assistentes de voz, blockchain, internet das coisas e dos sentidos, inteligência artificial, social-commerce, etc.

**Vagner Jesus** é integrante do time de Retail Thinkers

**Ronald Nossig** CEO da VAREJO180. Sócio-Diretor do Oasislab, Vice-Presidente da SBVC (Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo), Conselheiro da ACSP, Conselheiro do Conin - Pateo76, Membro da Governança do Comércio de Londrina.



# Acquíssima, com a gente a conversa é “na lata”.

68% dos consumidores optam por produtos mais sustentáveis para **preservar o meio ambiente**.

Como todos sabemos, nosso planeta está saturado de resíduos oriundos das embalagens PET. Na **Acquíssima**, temos ciência de nossa responsabilidade perante ao meio ambiente, tanto que participamos ativamente de diversas ações de incentivo e desenvolvimento de logística reversa, como os planos de resíduos sólidos promovidos pelas entidades representativas do setor como a **ABIR** e **ABINAM**, além de inúmeros outros projetos das iniciativas públicas e privadas, como por exemplo a parceria no projeto Luzes de Natal, disponível no site [www.socorroluzesdenatal.com.br](http://www.socorroluzesdenatal.com.br), onde transformamos as embalagens Pet descartadas em enfeites natalinos e decorações para as festas de fim de ano.

Entretanto, entendemos que este era o momento de darmos um passo adiante e de gradativamente inserirmos embalagens ecologicamente mais viáveis, por isto, em parceria com a **CROWN EMBALAGENS METÁLICAS DA AMAZONIA S/A**, estaremos disponibilizando nossa linha de Águas Minerais da **Acquíssima** em latas de 350ml.

Segundo dados divulgados pelo Governo Federal, através do Ministério do Meio Ambiente, o Brasil é recordista mundial no recolhimento e reciclagem de latas de alumínio. Em 2021, 98,7% das latas comercializadas em todo país foram reutilizadas, hoje o índice subiu para 99%, o maior volume da história. A escolha da lata de alumínio se deu pelo seu alto índice de reciclagem, bem como pelos diferenciais de qualidade oferecidos pela embalagem, que garantem que o produto esteja sempre nas melhores condições a serem oferecidas ao nosso consumidor, além de toda praticidade que o armazenamento e transporte da embalagem oferecem.



Imagens fora da escala real de medidas.

Visite nosso Stand na Feira **SUPERMINAS** nos dias **18, 19 e 20 de Outubro de 2022**  
Av. Amazonas, 6200 – Gameleira, Belo Horizonte – MG - CEP.: 30510-000 - STAND D 61

20out

**TRANSFORMAÇÃO DIGITAL PARA SUPERMERCADOS**

12h Auditório Diamante

Demonstrar a importância da gestão de comportamento de clientes (CBM), a análise de dados para vender mais e ter boa comunicação com os consumidores. Discutir os princípios básicos de liderança e venda de produtos.

**Bruno Vieira Leal** - CSO e Cofundador da Mercafacil, empresa líder no Brasil em Gestão de Comportamento de Clientes para Supermercados.

**ROTISSERIAS: MODELOS DE PRODUÇÃO**

14h Auditório Prata

Definição do modelo de produção: produção full, terceirização com produção, terceirização com congelados, MO própria com congelados a proporcionar, MO próprias com congelados fracionados.

**Jean Pontara** - Atua há mais de 15 anos em consultorias estratégicas para o desenvolvimento do food service no Brasil.

**"REDE SOCIAL" COMO FERRAMENTA DE ENGAJAMENTO DE CLIENTES, FORNECEDORES E CONVERSÃO DE VENDAS**

14h Auditório Ouro

Como a inovação possibilita atuações otimizando tempo e recursos. Tecnologia aplicada para vivenciar a mudança na loja, antes mesmo de uma reforma ou construção. Organização da loja de maneira que faça sentido para o negócio. Eficiência: soluções para agilidade no checkout, soluções em software para pequeno e médio varejo.

**Cláudio Dias Leite** - CEO do Grupo Meu Prata Supermercados



15h30 Auditório Ouro

Apresentação de caso de sucesso do Grupo Royale - Rio de Janeiro

**Karolina Chokyu** - Empresária, Diretora de Marketing no Royal Supermercado, 1ª Digital Influencer de Supermercados, influenciadora de Supermercados na **Karol Babadeira**

**MARCAS PRÓPRIAS: UMA TENDÊNCIA RENTÁVEL**

14h Auditório Esmeralda

A pandemia e a crise econômica impulsionaram o aumento das vendas de marcas dos próprios varejistas, principalmente porque costumam ser mais baratas do que as tradicionais. O resultado mais expressivo, no entanto, é a comparação entre os períodos pré e pós-pandemia. Marcas próprias: a tendência ganha cada dia mais espaço e vem pra ficar. Conheça como criar e transformar essa estratégia diferenciada na sua empresa.

**Neide Montesano** - Presidente da ABMAPRO - Associação Brasileira de Marcas Próprias e Terceirização e CEO da Montesano Negócio.

**DESAFIOS DO ON-LINE X VAREJO FÍSICO**

14h Auditório Rubi

Avaliar as oportunidades do varejo com um consumidor que está retornando às lojas físicas: integrando o on-line ao off-line.

**João Giacomassi** - Gerente Executivo de Desenvolvimento de Software na TOTVS

**Rodolfo Nejm** - Vice-Presidente do Grupo Supermasso





Nós, do Pão de Queijo Vó Joana, gostaríamos de agradecer imensamente pela parceria! Já faz algum tempo desde as suas primeiras compras e devemos dizer o quão felizes ficamos em saber que vocês continuam conosco. Desde então continuamos a trabalhar constantemente para garantir os melhores produtos com a melhor qualidade possível! Fica aqui os nossos sinceros agradecimentos à alguns de nossos parceiros supermercadistas!



*Gratidão*



**SUPER VENHA NOS VISITAR NA SUPERMINAS**  
 STAND 88 AVENIDA A ESQUINA COM RUA 6

20out



### A GRANDE JORNADA PARA SE TORNAR UM "SUPERMERCADO DE SUCESSO"

14h **Auditório Diamante**

Apresentar o primeiro "reality show" de supermercados do Brasil: 28 episódios dentro de 7 supermercados, mostrando na prática as ações necessárias para colocá-los no rumo a se tornar um Supermercado Milionário.

**Leandro Rosadas** - Consultor especializado em supermercados, influenciador digital



### SUPERMERCADO E RESTAURANTE: A INTEGRAÇÃO DO VAREJO E FOODSERVICE

15h30 **Auditório Prata**

Avallar os desafios e oportunidades do preparo de refeições para consumo fora de casa.

**Marco Amatti** - Diretor da MAPA Assessoria em Negócios de Alimentação, Fora do Lar.



**Moderação:** Gustavo Vinícius - Especialista em Inteligência de Mercado, mais de 25 anos de experiência no varejo de alimentos



### O NOVO DESIGN DE LOJA

15h30 **Auditório Esmeralda**

Apresentar as tendências em arquitetura, ambientação, iluminação, loja dentro da loja e outras oportunidades estratégicas para alavancar vendas.

#### Painel com os profissionais:

**Ana Beatriz Lodi** - Lodi Mota Arquitetura

**Maria Flávia de Melo** - Arquiteta Diretora na Sarmiento e Melo Arquitetura

**André Ferreira** - Fundador e CEO do Grupo Luminae Energia



### ADEQUANDO O MIX DE COMPRA AO SHOPPER

15h30 **Auditório Rubi**

É na seleção e exposição dos produtos na loja que se concretiza a estratégia de sortimento de uma empresa. Um bom planejamento é vital, mas sem uma estratégia de execução no ponto de venda não haverá resultados. Saiba como ter melhores resultados na gestão do sortimento nessa palestra.

**Fátima Merlin** - Master Business em Marketing, Economista. Atua há mais de 20 anos nas áreas de pesquisa de marketing, trade marketing, shopper insights e shopper marketing.



ACESSE A PROGRAMAÇÃO  
ONLINE E PESQUISE OS  
SEUS TEMAS PREFERIDOS.

# Baldo®

DESDE 1920

Chá mate pura folha,  
encorpado e intenso, é Baldo!

Uma nova opção para o  
seu estabelecimento.



Contate nossos  
vendedores  
e saiba mais!

(31) 9 9983-3164  
(31) 9 9594-8673

  @matebaldo  
[www.baldo.com.br](http://www.baldo.com.br)

# TODOS OS SOTAQUES MINEIROS ESTÃO AQUI

EMPRESÁRIOS E PROFISSIONAIS SUPERMERCADISTAS DE TODAS AS REGIÕES MINEIRAS MARCAM PRESENÇA NO EVENTO. NEM MESMO TRAJETOS QUE PODEM CHEGAR A 1,5 MIL QUILOMETROS ENTRE IDA E VOLTA IMPEDEM A PARTICIPAÇÃO

## Adenilson Fonseca

**A**o longo deste ano, GÔNDOLA vem retratando o potencial de diversas empresas supermercadistas mineiras na série “Sotaque Mineiro”. Nesta edição, os sotaques regionais vindos das mais distantes regiões do estado estão na Superminas, para participar de três dias de relacionamento, negócios, conhecimento e ouvir colegas dos mais diversos sotaques.

“Vamos pegar um bom pedaço de chão para participar da Superminas, mas vale cada hora na estrada para participar do evento. Nas últimas edições, tivemos um aproveitamento muito bom da feira”, afirma o diretor Comercial e de Marketing do UM Superatacadado, Victor Maestri. A empresa fica em Aimorés, no Leste mineiro e a, no mínimo, 950 quilômetros, entre vinda e volta, podendo chegar a 1,1 mil quilômetros, dependendo do trajeto escolhido.

Para quem comparece ao evento com foco em extrair o melhor dele, o que não faltam são justificativas para fazer parecer que o Expominas, em Belo Horizonte, local do evento, está logo ali. “A Superminas é sempre uma ótima oportunidade de aprender, ver coisas novas e principalmente encontrar os parceiros comerciais”, justifica. “As palestras e workshops trazem assuntos importantes para o nosso setor, além de palestrantes ótimos”, completa.

De Leste a Oeste, no outro lado do estado, próximo à divisa com o nordeste de Goiás e ao Distrito Federal, Arinos fica a 660 quilômetros da Capital. É de lá que o diretor do Supermercados Mendes, Marlon Mendes, vem. E esta não é a primeira Superminas de que participa, já que esteve também em 2019, última antes

Fachada do UM Superatacadado, de Aimorés (MG)



da pandemia. E por que vir? “Buscar inovações, conhecer tendências, *network* e aumentar o conhecimento”, afirma.

Para ele, a Superminas é um diferencial importante para o dia a dia na sua empresa, por tudo que leva de atualização sobre o setor. “Com certeza, toda e qualquer inovação, ideia ou conhecimento que conseguir aplicar na minha realidade empresarial será de grande valia, desenvolvimento e evolução”, analisa.

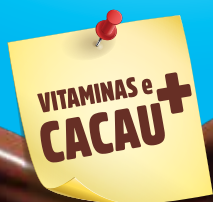
### DE VOLTA

Entre as muitas cidades da região representada no evento, está Espinosa, no extremo norte, divisa com o estado da Bahia. Quem vem de lá é o diretor do Supermercado Supermaster, Flávio Mamédio. “Estou muito contente de poder participar novamente de uma Superminas. Ficamos um tempo sem ter a feira, devido à pandemia, e agora estamos de volta, graças a Deus”, comemora.

A viagem dele até o Expominas, em Belo Horizonte, é de, no mínimo, 688 quilômetros, quando as condições das estradas permitem escolher o trajeto mais curto. Mas nada que desanime quem quer buscar o melhor para seu negócio e para sua carreira profissional. “Vamos reencontrar nossos colegas, as indústrias, e ter mais essa proximidade com nossos fornecedores”, justifica. “Com certeza,



Victor Maestri,  
diretor Comercial  
e de Marketing do  
UM Superatacadado



Menor teor  
de açúcar



UNICK360

VENHA NOS VISITAR  
NA SUPERMINAS 2022  
AVENIDA E, STAND 24

[www.nutriwayfoods.com.br](http://www.nutriwayfoods.com.br)  
+55 (31) 3328-1000 | [nutriwaycau](https://www.instagram.com/nutriwaycau)





No alto, fachada do Pontual Supermercados, de Ituiutaba (MG) e, acima, fachada do Supermercado Supermaster, de Espinosa (MG)

vai ser de grande valia. Vamos fazer excelentes negócios. E como o comércio está inovando a cada dia, é de grande relevância a participação nesta feira”, completa Mamédio.

### “NÃO PODEMOS PERDER”

Outro sotaque marcante das regiões mineiras é o do Triângulo e Alto Parnaíba, que está fortemente representado na Superminas, com empresas de várias cidades da região. Uma delas é a rede Pontual de Supermercados, com sede em Ituiutaba.

São pelo menos 1.400 quilômetros, considerando a viagem de vinda e de volta à Capital. Mas para o diretor da rede, Kenio Castro, isso não é distância que o separe de tão importante evento. “A Superminas é a feira mais importante do nosso estado. Por ter essa importância, não podemos perder”, justifica.

Segundo ele, a Superminas é onde o supermercadista encontra os principais fornecedores e a oportunidade de estar sempre informado de todos os lançamentos. É também um momento de relacionamento e conhecimento. “O evento nos proporciona uma *network* muito interessante com os colegas do ramo supermercadista, além de termos as palestras com palestrantes de renome nacional e internacional. É um aprendizado incrível para ser colocado em prática na nossa empresa”, aponta. “Com tantos fornecedores e produtos, principalmente os lançamentos, sempre encontramos novidades com descontos exclusivos para a feira e sempre fazemos negócios”.

E os bons negócios sempre atraem a participação de quem quer oferecer preços competitivos ao consumidor. Localizada em Alto Caparaó, na Zona da Mata, o Supermercado do Marquinhos estará representado no evento e, assim, representando também outro extremo do estado. “Tenho 30 anos de idade e 11 da empresa. Conheci a Superminas em 2019 e achei o evento muito interessante”, afirma o proprietário da empresa, Marcos Araújo Carvalho.

Ele disse que tem projetos de abrir mais uma loja e modernizar o *mix* da unidade atual, e a Superminas é o momento ideal para buscar novidades. “Minha intenção é fazer negócios, porque estou com o propósito de melhorar bastante a minha empresa”, reforçou o jovem supermercadista do Alto Caparaó.

### PRIMEIRA VEZ NA SUPERMINAS

Da região de outra cadeia montanhosa do estado, a da Mantiqueira, no Sul do estado, a Superminas recebe inúmeros participantes, in-





clusivo quem prestigia o evento pela primeira vez. "A intensão é buscar conhecimentos, trocar experiências, fazer contato com novos fornecedores e a ideia é também se aproximar ainda mais dos fornecedores com quem a gente trabalha já há algum tempo", afirma Bruna Silva, diretora do

Mercadinho JK, de Piranguinho. Estreante no evento, ela veio com outros proprietários de supermercados da região.

"A expectativa, de maneira geral, é essa: poder fazer contato com novos fornecedores, fazer boas negociações e estar por dentro das novidades que o varejo vem apresentando", afirma Bruna. Para ela, pegar a estrada e participar da Superminas "super vale a pena", pela experiência que o evento vai proporcionar, o encontro com colegas do setor, além de conhecer novos produtos, novos fornecedores e das oportunidades de negócios.

"Tudo isso só tem a somar para a nossa empresa, com aquilo que a gente busca. Aquilo que a gente puder colher fora da nossa loja e depois trazer para implantar e dar resultado, sempre vai valer a pena. Mesmo que a gente gaste dois dias de viagem", ressalta. 🛒



# Igarapé®

ÁGUA MINERAL

## Há mais de 28 anos no mercado,

a IGARAPÉ é a marca Mineira líder de vendas. Reconhecida pela qualidade de seus produtos e pronto atendimento aos seus clientes. **Precisou dos nossos produtos, a Igarapé entrega!**

Conheça toda nossa linha de produtos [www.igarape.com](http://www.igarape.com)



UNICK360



Visite nosso Stand na **SuperMinas!**

Central de atendimento: 31 2104-0700

igarapecoficial @igarape\_oficial

## 3Corações terá novo integrante na linha de cafés inspirada em obras de Candido Portinari

A marca 3Corações, conhecida por sua inconfundível qualidade e tradição, lança, na Superminas 2022, mais um integrante da família de cafés inspirado nas obras do pintor brasileiro Candido Portinari, considerado um dos artistas mais importantes do século XX. A novidade chega para enaltecer as riquezas da cultura brasileira, unindo o café a Portinari, que nasceu numa fazenda de café no interior de São Paulo, o que o inspirou a pintar, dentre suas 5.400 obras, 257 que retratam o dia a dia de um cafezal.

“Não conheço nenhum pintor, em toda a pintura universal, que tenha pintado mais um país do que Portinari pintou o seu. E como não poderia deixar de ser, a primeira imagem de sua infância, aquela que ficou gravada em suas retinas até o último suspiro, é a do imenso cafezal do interior paulista. Não é por acaso que o seu primeiro prêmio internacional, que lhe abriu as portas para a fama além de nossas fronteiras, tenha sido conquistado com sua tela ‘Café’, hoje no Museu Nacional de Belas Artes, no Rio de Janeiro. O ‘Prêmio Carnegie’, disputado por artistas de todos os países, que lhe foi outorgado nos EUA, em 1935”, comenta João Candido Portinari, filho do pintor brasileiro.

A linha *3Corações Portinari* contava com opções de cafés torrado e moído, espresso em cápsula, e *drip coffee*, agora com o lançamento da versão solúvel. Serão estampadas em embalagens inspiradas em três grandes obras do artista: *Peneirando Café* (1957), *Meninos Soltando Pipas* (1947) e *Café* (1942).

A linha *Portinari* está sendo comercializada nos principais canais de venda do país e a nova versão solúvel será comercializada a partir do próximo mês, além de estar disponível para uma pré-venda no *e-commerce* da marca, “Mercafé”.



Divulgação



PORTINARI



# A arte de fazer café



UMA COLEÇÃO PARA  
APAIXONADOS PELA ARTE  
DE FAZER CAFÉ

nov



Conheça a Linha completa

♥ 3CORACOES.COM.BR

Instagram 3CORACOES

f /CAFÉ3CORACOES

## Laticínios Porto Alegre Toda a linha de iogurtes, agora na versão *100% Natural Integral*

Conheça o **seu novo iogurte natural favorito! Experimente!**

Composto por somente **dois ingredientes, 100% naturais**: leite fresco e fermento.

Excelente para lanches saudáveis acompanhados por frutas, granola e mel. Além de preparo de vitaminas, molhos para saladas, entre outras combinações, com a qualidade que só a Porto Alegre oferece.

O portfólio da linha *Natura Integral* conta com as versões 160g e 480g, para compartilhar.

A crescente busca por um estilo de vida mais saudável trouxe à tona a importância das escolhas alimentares. O iogurte **natural integral**, quando consumido diariamente, melhora o funcionamento do intestino e auxilia no fortalecimento de ossos e músculos.

As propriedades nutricionais dos alimentos são cada vez mais levadas em consideração pelos consumidores no momento da escolha, já que buscam opções saudáveis e 100% naturais, além de rótulos com menos ingredientes. “Nesse contexto, a Porto Alegre veio para atender a essa demanda, oferecendo tradição e qualidade, com puro sabor e leveza”, explica Ana Letícia Lara, gerente de marketing da Porto Alegre.



Divulgação

Conheça  
seu **novo**  
**iogurte**  
**natural**  
**favorito.**



480g



160g

**Apenas 2**  
**ingredientes:**  
**leite e fermento.**

**Adquira já! Não deixe de ter na sua gôndola.**

CÓD. INTERNO PRODUTO	PRODUTO	QUANT. CX.	NCM	EAN	DUN	DIAS VALIDADE	PALETIZAÇÃO Nº CAIXA
80.873.4018	Iogurte Natural 480 g	12 un.	04032000	789.61.223.0272-5	1789.61.223.0272-2	48	180
80.873.4017	Iogurte Natural 160 g	24 un.	04032000	789.61.223.0225-1	1789.61.223.0225-8	48	110



## Linear Sistemas lança mais um facilitador para a sua gestão: Linear Cloud

Há 20 anos, a Linear Sistemas desenvolve e comercializa soluções inovadoras para facilitar o gerenciamento dos supermercados e padarias de todo o Brasil. A empresa disponibiliza sistemas totalmente integrados, que proporcionam excelentes resultados por meio do aprimoramento dos processos, dos procedimentos internos e da otimização das operações.

Neste mês, a Linear traz mais uma novidade: **o seu ERP em nuvem**. Agora, os clientes não se preocuparão mais com servidor local e terão mais produtividade, tranquilidade e economia de até 80%.

Durante a **Superminas 2022**, a Linear Sistemas apresenta seu lançamento: **Linear Cloud**. Trata-se do seu ERP **on-line**, onde será possível realizar toda a gestão na nuvem, com máxima economia, implantação rápida e suporte total. Os usuários terão mais performance e uma gestão otimizada, com segurança total da informação, além de mais qualidade, agilidade e segurança.

Para conhecer essa novidade e todas as outras soluções que a Linear oferece, acesse: [www.linearsistemas.com.br](http://www.linearsistemas.com.br)



Divulgação

# Lançamento Linear



**Linear Cloud**  
Seu ERP em nuvem

Servidor local  
**nunca mais!**

**Mais produtividade, segurança,  
tranquilidade e economia de até 80%.**

## Conheça as vantagens do Linear Cloud



### Redução de custos com infraestrutura:

- Sem servidor;
- Sem nobreak;
- Sem gasto com energia elétrica;
- Sem necessidade de espaço físico refrigerado;
- Sem licenciamento de sistema operacional e antivírus;
- Menor investimento em pessoal qualificado.



**Segurança da informação,** sem preocupação com backup.



**Escalabilidade do seu negócio;**



**Mais qualidade, agilidade e segurança** na gestão.



Migração para a nuvem de forma rápida e segura.



Mais **performance** e uma **gestão otimizada;**



**linear**  
SISTEMAS

## Solicite uma proposta

Aponte sua câmera para o QR Code e solicite uma conversa com o nosso consultor



## REMATEC, líder em soluções para o varejo

Fila no caixa. Ruptura de estoque. Divergência de preço. Reforma na loja. Otimização do espaço físico. Qual o equipamento de refrigeração mais adequado para o meu negócio? O que é preciso para estar aderente à nova legislação? Qual a melhor hora de investir em *self-checkout*? Qual o sistema mais adequado para integrar frente de loja e estoque?

Quais (ou todos) esses problemas são recorrentes para quem vive o dia a dia do varejo? E se você pudesse ter um parceiro que efetivamente trouxesse soluções e otimizasse não só o investimento no seu ponto de venda, mas também o seu tempo?

A Rematec é uma empresa que vive a dinâmica do Varejo há mais de quatro décadas e oferece um completo portfólio de soluções – equipamentos ou softwares – para todas as áreas que impactam a operação de supermercados, padarias e outros comércios.

Da definição conjunta do projeto de departamentalização de loja e orientações sobre mobiliário (gôndolas, balcões refrigerados, porta paletes, balanças e cozinhas profissionais), passando por soluções de PDVs e *software*, a Rematec levanta a bandeira de liderar o varejo mineiro para um novo momento: o de inovação e uso inteligente de recursos.

### REMATEC.

#### ESPECIALISTAS EM TECNOLOGIA PARA O VAREJO.

Conheça nosso showroom: Rua Santa Catarina, 597 – Belo Horizonte / MG  
[www.rematecvarejo.com.br](http://www.rematecvarejo.com.br) / Instagram: @rematecvarejo / 31 3360-190



Divulgação



# Rematec

Tecnologia para varejo

## O que podemos fazer por você hoje?

Visite nosso stand  
na Superminas 2022!  
Esquina da avenida  
C com rua 9

### Soluções para o varejo.

- Departamentalização de loja
- Completa linha de equipamentos de automação comercial
- Softwares de gestão
- Soluções de refrigeração comercial e industrial
- Gôndolas e porta pallets
- Checkouts, self-checkouts e totens de autoatendimento
- Cozinhas profissionais
- Assistência técnica e field service especializados



#### Showroom Rematec

Rua Santa Catarina, 597, Centro,  
Belo Horizonte/MG



Tel.: (31) 3360-1900

[www.rematecvarejo.com.br](http://www.rematecvarejo.com.br)

## Gestão Engenharia – especialista na recuperação de telhados comerciais e industriais

A Gestão Engenharia tem realizado grandes obras no setor supermercadista, na recuperação de telhados. A empresa está concluindo mais uma obra para o Supermercados BH, na loja da cidade de Ubá (MG). O telhado novo, de 4 mil m<sup>2</sup> em telhas metálicas zipadas, foi construído por cima do existente, em telha sanduíche, e contará com o Sistema Max Protection, que garante isolamento térmico, redução da temperatura interna do ambiente, impermeabilização e proteção anticorrosiva de todas as juntas e parafusos da cobertura. Para evitar a sobrecarga na estrutura, foi retirada a folha metálica superior da telha existente danificada e mantido o forro original. Conforme Gustavo Percope, diretor da empresa, “estamos perto de entregar mais uma obra com eficiência, sustentabilidade, retorno financeiro para o nosso cliente e com 10 anos de garantia do sistema”. Toda a obra será concluída em 60 dias e sem interromper as atividades da loja.



Divulgação



## Somos a solução para acabar com vazamentos no telhado e diminuir o calor no seu supermercado

- ✓ Recupera o telhado existente, sem a necessidade da troca
- ✓ Sem interromper o funcionamento da loja
- ✓ Transforma o telhado numa estrutura sem emendas
- ✓ Reduz a temperatura interna de 6° a 8°C e do telhado de 70° para 32°C
- ✓ Economiza energia com equipamentos para resfriamento do ambiente
- ✓ Produtos de alta qualidade e tecnologia inovadora, não tóxicos e preservam o meio ambiente.



## Bora Express amplia sua logística em Minas Gerais

Sua indústria quer vender para as principais redes de supermercados de Minas Gerais ou já vende e está com dificuldade de transporte com frequência semanal em todo o estado, loja a loja? Precisa armazenar ou de uma estrutura para *cross docking*? Nós temos a solução.

A BORA EXPRESS faz parte do Grupo BORA e nasceu com a aquisição da Transervo, empresa com tradição no estado de Minas Gerais, a fim de agregar nossa experiência e oferecer uma logística de excelência.

Atuamos em Contagem, Uberlândia, Três Corações e agora também em Governador Valadares.

Oferecemos às indústrias transporte de alimentos que necessitam de refrigeração; temos o que há de mais moderno em termos de infraestrutura predial, frota e tecnologia, guiadas por uma experiente e atenciosa equipe que supera 100 colaboradores somente em Minas Gerais, com o compromisso de “pensar dentro da caixa”, fazendo o básico bem feito, visando garantir o sabor do produto transportado.

**BORA EXPRESS – A LOGÍSTICA IDEAL PARA O SEU NEGÓCIO.**





**TRANSPORTE, ARMAZENAMENTO E DISTRIBUIÇÃO DE ALIMENTOS CLIMATIZADOS, CONGELADOS E REFRIGERADOS.**



- ✔ Contagem - MG
- ✔ Governador Valadares - MG
- ✔ Três Corações - MG
- ✔ Uberlândia - MG
- ✔ Cariacica - ES

**4 FILIAIS**

NO ESTADO DE MINAS GERAIS

**+ DE 200 MUNICÍPIOS**

ATENDIDOS PELO MELHOR CUSTO BENEFÍCIO

**+ DE 60 VEÍCULOS**

AMPLA E MODERNA FROTA PRÓPRIA

TRANSPORTE FRACIONADO INTERESTADUAL

**SP ↔ MG ↔ ES**



**GRUPO BORA**

- ✔ 20 anos de tradição
- ✔ Matriz em Mairiporã - SP
- ✔ 18 filiais em 14 estados
- ✔ Capacidade superior à 10.000 pallets
- ✔ + de 600 colaboradores
- ✔ Frota com mais de 340 veículos próprios
- ✔ Logística reversa
- ✔ Líder no seguimento de fracionados

**ESTADOS / FILIAIS:**

- MATRIZ**
- SP - MAIRIPORÃ
- FILIAIS**
- MG - TRÊS CORAÇÕES
- MG - CONTAGEM
- MG - UBERLÂNDIA
- MG - GOVERNADOR VALADARES
- ES - CARIACICA
- BA - VITÓRIA DA CONQUISTA
- BA - SIMÕES FILHO
- SE - ARACAJU
- AL - MACEIÓ
- PE - RECIFE
- PB - JOÃO PESSOA
- RN - PARNAMIRIM
- CE - FORTALEZA
- PI - TERESINA
- MA - SÃO JOSÉ DO RIBAMAR
- PA - BENEVIDES



# Praça, um novo olhar para o VAREJO DE ALIMENTOS & BEBIDAS

**A** inteligência geográfica avança no setor supermercadista. Você sabe me dizer qual a “área de influência” da sua loja? Qual o share “% de domicílios que você está presente e não presente”? Neste artigo vamos trazer um novo olhar sobre as mudanças do comportamento de consumo e a avaliação dos resultados.

Com a pandemia, o comportamento de compra mudou numa velocidade em que os gestores de compra não conseguiram acompanhar a reposição de estoque, precificação e gestão da cadeia a partir das novas demandas.

Como resultado, observamos a quebra da cadeia de abastecimento, visto as mudanças nos hábitos de consumo e na frequência de compra. Ou seja, o histórico de venda passou a não ser suficiente para definir o processo de abastecimento, uma vez que já não retratava o que estava acontecendo nas gôndolas. Mas, então, o que fazermos?

Existe uma grande diferença de “mindset” entre gerenciar um supermercado com uma visão “orientada a vendas” – foco em crescer a partir dos resultados obtidos no passado ou através da visão da “orientação ao mercado” –, ou seja, conhecendo o seu potencial de mercado e indo de encontro ao share desejado.

É neste ponto que surgem as técnicas e ferramentas da Inteligência Geográfica (IG) para ajudar na construção de uma estratégia única, capaz de estabelecer novos parâmetros na busca do diferencial competitivo e implementar as estratégias aplicadas no varejo de alimentos, como: 1) Investimentos em diferentes formatos (canais de venda); 2) Ações para aumentar a percepção de valor (branding), e 3) Gerar fidelização espontânea.

O primeiro estudo aplicado de IG nas questões sociais ocorreu em 1854, na cidade de Londres durante a epidemia de cólera, ajudando o médico John Snow a identificar padrões geográficos e direcionar suas ações na busca do ponto zero da epidemia.

Atualmente, com a evolução dos mapas digitais, dos sistemas de informação geográfica e a chegada dos dados resultantes do Censo 2022, será dada a largada, tanto para a indústria como para o varejo, para conhecer as informações, identificar oportunidades e implementar ações para avançar, adequar e, por que não, defender seu território.

Se você está prestes a otimizar os investimentos em marketing digital; se você pretende implementar o delivery; se você quer abrir uma nova loja ou conhecer o potencial da atual, a inteligência geográfica é o caminho.

É nela que encontraremos os dados da vizinhança (entorno), a localização espacial dos concorrentes, as características demográficas e econômicas que, somados ao ticket médio, frequência e missão de compra, irão contribuir para elaborar sua estratégia e implementá-la antes da concorrência, ou seja, a verdadeira implementação da Análise de Varejo (Retail Analytics!).

Neste ponto, podemos denominar que mudar a estratégia da orientação em relação as metas, saindo da visão do retrovisor “orientação ao histórico de vendas” para “orientação aos dados de mercado”, é uma grande oportunidade para você varejista ir além do que os outros ainda não enxergaram. Pense nisso.



Gustavo Vanucci é instrutor também no curso Gestão Nota 10 (G-10), da AMIS.

1 Análise de varejo é o processo de rastreamento de dados dos supermercados, como: definir níveis de estoque, conhecer sobre o comportamento do consumidor, ou seja, ir além dos números de vendas e o verdadeiro olhar para o mercado visando tomar decisões estratégicas com base em dados.



  
**zinco&arte**

Os melhores **CARRINHOS DE SUPERMERCADO**



**Qualidade e comodidade** para os seus clientes!

**Visite nosso stand e conheça nossos produtos!**

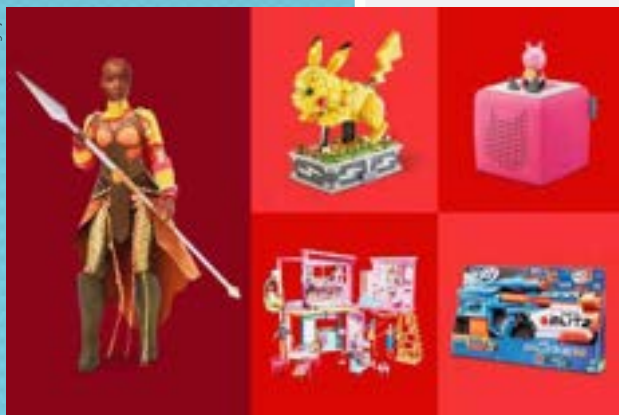
 [www.zincoarte.com.br](http://www.zincoarte.com.br)   @zincoarte

 (37) 3381-2261 | (37) 3381-2013



### TARGET E FAO SCHWARTZ EM PARCERIA ICÔNICA

A rede Target continua convidando marcas que são icônicas para montarem lojas dentro da área de vendas de suas lojas. Há espaço para isso, pois as cerca de 2 mil lojas da Target espalhadas por todo os EUA chegam a ter 20 mil metros quadrados de área de venda. Ou seja, a loja icônica não fica na galeria, mas atrás dos checkouts da Target. A mais recente convidada que aceitou o convite é a FAO Schwarz, referência nacional em brinquedos. Se o consumidor não quiser ir à loja física, pode comprar pelo e-commerce da Target. Porém, a experiência de compra off-line é bem convidativa, uma vez que as crianças podem interagir com os brinquedos em plena área de vendas do supercenter. O mix de brinquedos varia de US\$ 9,99 a US\$ 149,99, com um mínimo de 50 itens abaixo de US\$ 20,00. São preços convidativos, considerando-se a relevância da marca FAO Schwarz, que está celebrando seu 160º aniversário com uma coleção especial de brinquedos nostálgicos ao preço de US\$ 25,00 a unidade. A coleção tem um icônico ursinho de pelúcia e toda a linha Hot Wheels. As lojas FAO Schwarz dentro das lojas Target começam a funcionar no final deste mês de outubro, sob medida para a temporada festiva de final de ano.



Divulgação



### KROGER INVESTE NA ÁREA DE LÁCTEOS

A quarta maior rede de supermercados dos EUA, a Kroger, que conta com 2.800 lojas físicas de diferentes bandeiras, está desenvolvendo uma parceria no estado americano de Ohio, que pretende ampliar a oferta de leite fresco e produtos lácteos em geral em suas lojas naquele estado. A parceria está permitindo à Tamarack Fazendas Leiteiras implantar equipamentos de última geração e de alta qualidade de higiene para ampliar a produção e também a shelf life dos itens frescos. A parceria estará restrita a 150 lojas, mas servirá de referência para projetos semelhantes serem implantados nos demais estados em que a rede está presente. Outra iniciativa recente da rede está relacionada ao seu programa de fidelidade. Ele agora é válido em todo o País e está oferecendo uma série de vantagens como pontos em dobro para cada dólar gasto em combustível nos postos de gasolina da rede, descontos de até 80% em itens de marca própria e entrega grátis em diferentes promoções.



### MERCADONA ACELERA A REDUÇÃO DO USO DE PLÁSTICO

A maior rede de supermercados da Espanha, que tem cerca de 1.600 lojas, está demonstrando que abraçou de fato o slogan "Sim, para continuar cuidando do planeta". Acaba de lançar uma nova etapa de seu projeto Estratégia 6.25, que prevê a redução do uso de plásticos. A meta é cortar de imediato 25% do uso de sacolinhas, tornar todas as suas embalagens recicláveis e combater intensamente o desperdício de tudo que contenha plástico. A iniciativa está recebendo 140 milhões de euros de investimento. Desse montante, 30 milhões estão sendo utilizados para a criação de uma loja sustentável modelo. A maioria das metas tem prazo para até 2025. A Estratégia 6.25 foi decidida em 2019 e inclui a participação das cadeias de fornecedores e todas as equipes da rede, com destaque para os setores de logística, finanças, compras e relações institucionais.





Produtos de **QUALIDADE** e  
**EXCELÊNCIA** A PER'FA  
ALIMENTOS tem!



(31) 3394-1830



@perfaalimentos



<https://perfaalimentos.com.br/>

# EMPANADOS

## conquistam mais espaço

PRÁTICOS, DE FÁCIL PREPARO E PREÇOS MAIS ACESSÍVEIS EM RELAÇÃO ÀS CARNES IN NATURA. ESTES SÃO ALGUNS DOS ATRIBUTOS QUE TÊM ELEVADO O CONSUMO DOS EMPANADOS. ÍNDICE REDUZIDO DE PERDAS TAMBÉM É UM FATOR

Adenilson Fonseca



N um cenário em que supermercados e indústria fornecedora precisaram se reinventar para que o consumidor pudesse ser atendido, a migração da demanda em diversas categorias foi uma constante nos últimos anos. O advento da pandemia acentuou essas mudanças. Uma dessas constatações foi o aumento da procura por empanados. Entre outros fatores, uma das justificativas foi o aumento das exportações brasileiras e a elevação da cotação dos insumos, que elevaram o preço das carnes.

A praticidade das embalagens e o fácil preparo também impulsionam o aumento da demanda. Os empanados representam uma solução na alimentação mais rápidas, especialmente para consumidores que precisam de agilidade no dia. O benefício preço-praticidade em relação a outras proteínas faz dos empanados uma alternativa interessante para o consumidor.

Na loja do Comercial Irmãos Milagres, em Congonhas, na região Central, só nos últimos 12 meses a venda de empanados cresceu pelo menos 30%. É o que calcula o diretor, Luiz Carlos Milagres. Segundo ele, além da alta demanda, é um produto que deixa uma boa margem para a loja. "Dá um resultado bom, sabe por quê? Porque praticamente não há perdas", disse ele, lembrando que o produto precisa ficar exposto nas ilhas de frios e congelados.



Empanados de frango, acompanhados de maionese e ketchup são bem recebidos pelas crianças; abaixo, empanados de peixe e, na página ao lado, consumidora se prepara para abrir a porta de expositora refrigerada horizontal destinada aos empanados

Trabalhando sempre com duas ou três marcas, também para não ocupar muito espaço, Milagres lembra que, na sua loja, é um item que não precisa de muita promoção e ações no ponto de venda. Por ter demanda aquecida e pela fidelidade do cliente à loja e às marcas, a venda é certa. “O que é colocado na loja vende tudo”, explica.

### ALTERNATIVAS

O Diretor Comercial do Center Pão, em Montes Claros, Gustavo Alencar, avalia que nos últimos dois anos a categoria de empanados registrou aumento na demanda na casa dos 8%. Mesmo com as cinco lojas da rede supermercadista voltadas para um consumidor menos exigente com preço, ele aponta que um dos motivos é a alta no custo das carnes *in natura*, provocada por oscilações do mercado global.

O aumento da demanda por empanados se deu em diversas proteínas, o que significa uma procura por outras opções no *mix* de carnes. “Os consumidores começaram a buscar alternativas de consumo”, confirma o diretor. “Apesar do nosso público ser um pouco menos sensível a essas variações, notamos uma mudança no hábito de compra, onde processados, aves, peixes e empanados apresentaram aumento nas vendas”, aponta.

Gustavo Alencar avalia que o crescimento da categoria foi um pouco afetado, porque ela também foi prejudicada pelos aumentos mundiais da carne, a principal

“matéria prima” dos empanados. Esse movimento, no entanto, confirma o que ocorre nas carnes em geral, onde o frango ganhou espaço. Com isso, também na forma de empanados, ele se mantém como líder da procura. “Os produtos que mais saem são os empanados de frango”, confirma.

Com origem em padaria, conceito que faz questão de reforçar, inclusive no nome, a rede Center Pão tem vocação para entender todos os gostos do consumidor quando o assunto é “fisar” pelo cheiro, aparência e, claro, pelo sabor dos produtos. A direção da rede de lojas *gourmets*, que entende, como poucos, de produção própria, de panificados, confeitados, frios, rotisseria e pratos quentes, não tem dificuldades de trabalhar com os empanados.

### COPA DO MUNDO

Alinhando os conhecimentos de produção e operação para atender demandas por produtos





Em muitas lojas, a programação visual facilita a localização dos empanados

prontos ou pré-prontos, a direção do Center Pão busca promover ações que valorizem esses produtos. “Uma parte considerável da categoria de empanados contempla os petiscos, e que são destinados ao público jovem – aqui, podemos ajustar ações de final de semana, com itens de mesmo momento de compra ou até mesmo bebidas”, informa Alencar.

Atento às tendências e picos de maior demanda, ele já está de olho nos próximos períodos de maior consumo, para não decepcionar o cliente com promoções do produto e oferta na época certa. “Uma boa oportunidade é o momento da Copa, que está por vir”, lembra Alencar, se referindo ao momento máximo do futebol mundial.

Mesmo que a sazonalidade tenha acabado de passar, mas vale como lembrete para o próximo ano, Alencar lembra que os novos consumidores devem estar na mira das ações. “Contempla ainda o público infantil, e aí, em datas comemorativas como Dia das Crianças, são importantes ativadoras de venda”.

#### APELO SAUDÁVEL

A procura nas lojas Center Pão é maior em finais de semana, e o *mix* é composto de seis marcas, segundo Alencar. Embora possam ter alguma restrição por parte dos consumidores, por serem alimentos geralmente preparados com frituras, a categoria de empanados vem ganhando novas

# VENHA PARTICIPAR

DO MELHOR CURSO DE  
**CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL**  
DO SETOR SUPERMERCADISTA!



**Investimento:**

4 x R\$1.200,00 ou  
R\$4.270,00 à vista  
(Associado AMIS)

## 5° Turma 2022

**ONLINE AO VIVO**

**Aula inaugural:** 25 e 26 out 2022

**Dias da semana:** Terças e Quartas-feiras

**Previsão de Término:** 23/03/2023

**Horário:** 8h30 às 12h30

**Carga horária:** 12 aulas,  
sendo 96h online e 24h offline

## 6° Turma 2022 - PRESENCIAL

**Aula inaugural:** 24/11/2022

**Dias da semana:** Quintas-feiras

**Previsão de Término:** 08/02/2023

**Horário:** 8h30 às 17h30

**Carga horária:** 12 aulas



**UBIRAJARA ALVES**

bira.alves@amis.org.br  
(31) 99106-2627



**NATÁLIA SANTOS:**

relacionamento@amis.org.br  
31 98451-4357

**AMIS**  
Associação Mineira de Supermercados





linhas que prometem reverter essa possível imagem. A indústria investe cada vez mais em itens com o apelo de saudabilidade.

Gustavo Alencar confirma que as exigências do consumidor vêm, sim, provocando mudanças na categoria. “É notório que a preocupação dos consumidores com a saúde tem crescido a cada dia”, analisa. “Acreditamos que em função dessa preocupação, as indústrias têm investido cada vez mais em produtos com um apelo saudável. Produtos 100% vegetais, ou com características tipo bio, menos sódio, frangos sem antibiótico, etc., começam a ocupar uma posição de destaque no portfólio dos fornecedores e, conseqüentemente, um maior espaço nas prateleiras”, aponta Alencar.

A percepção de Alencar, no Center Pão, é confirmada pela Kantar, empresa global em consultoria, dados e *insights* sobre comportamento de consumo. Especializada em medir como as pessoas pensam, sentem, veem, escolhem, compram e compartilham, em pesquisa relativa ao primeiro trimestre de 2022 a Kantar aponta os empanados como a segunda categoria que mais cresceu em pontos de penetração nos lares, com 1,4%. Ficou atrás apenas de linguíças, com 1,7%.

### PREÇO E PRATICIDADE

O dado pode parecer pequeno, mas leva-se em conta que o levantamento mostra exatamente que o consumo dentro do lar foi de forte retração no período e chegou ao seu menor patamar desde o começo da pandemia. Os números são do relatório “Consumer Insights 2022”, da Kantar. No mesmo levantamento, alguns itens tiveram retração de até 22% em embalagens maiores.

Segundo a Kantar, preço, prazer e praticidade são variáveis que vêm norteando as escolhas do que vai para o carrinho no supermercado. Neste caso, ponto para os empanados, que conseguem atender todos esses quesitos. Dentro da pesquisa, os empanados estão incluídos no consumo de lanches em casa, que tiveram um salto em frequência de 47,1% no 1º trimestre de 2022 em relação ao mesmo período de 2020, na pré-pandemia.

# DESTAQUE A SUA MARCA NA REVISTA DE COBERTURA DA SUPERMINAS 2022

Garanta seu anúncio na próxima edição e ganhe uma cobertura exclusiva da sua participação no **2º maior** evento supermercadista do país e **maior evento empresarial de minas.**

**1 ANÚNCIO**



**BÔNUS DE  
MINI MATÉRIA**



**FOTO**



Fale com o consultor:

**LUCAS MIRANDA**

 **31 99204-2401**



**AMIS**  
Associação Mineira de Supermercados

feira  
amis  
2022  
**figi  
tal**  
experiência do cliente  
no físico e no digital



É na área de congelados o abrigo mais indicado para a categoria dos empanados

Outra constatação da Kantar, que pode servir também para os empanados, é a maior procura por embalagens menores, não necessariamente nesse item, mas que sinaliza a tendência.

Um exemplo desse movimento é o aumento do consumo de refrigerantes em lata de até 355 ml (+23% unidades) e queda em embalagens de mais de 1 litro (-22%) na comparação do primeiro trimestre deste ano com o mesmo período do anterior. No mesmo intervalo, a categoria de hambúrgueres apresentou crescimento de 6% em unidades e retração de 2,6% em volume, enquanto a de margarinas teve aumento de 3,5% em unidades vendidas e queda de 1% em volume.

O relatório trimestral “Consumer Insights”

contempla 11.300 lares brasileiros de todas as regiões e classes sociais do país. A amostra representa 59 milhões de lares brasileiros.

### DEFINIÇÃO

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) define empanado como “produto cárneo industrializado, obtido a partir de carnes de diferentes espécies de animais de açougue, acrescido de ingredientes, moldado ou não, e revestido de cobertura apropriada que o caracterize”.

Pela classificação do Mapa, “trata-se de um produto cru, ou semicozido, ou cozido, ou semifrito, ou frito, ou outros”. 🛒



# A SUPERMINAS ESTÁ CRESCENDO

E NO PRÓXIMO ANO GANHARÁ UM NOVO ESPAÇO:  
**ARENA BEBIDAS MINEIRAS**

**17,18 e 19**  
**outubro 2023**

Local exclusivo para valorizar ainda mais as bebidas produzidas em Minas.

Exposição de cervejas artesanais, cachaça, gin, rum, outras bebidas não alcoólicas e muito mais.

**Garanta já o seu stand!**

ENTRE EM CONTATO COM OS  
NOSSOS EXECUTIVOS DE VENDAS:

MARCELO

+55 31 2122-0523

marcelo@amis.org.br



EGLADSON

31 2122-0538

egladson.coelho@amis.org.br





## O TEMPO VOA...

"O tempo voa, mas quem controla a direção para onde se vai é você". Há exatos 20 anos eu iniciava estágio na AMIS. Em junho de 2022 fui contratada para auxiliar a Dra. Andréa Gilbert, referência para o setor supermercadista na área jurídica. Com ela aprendi muito, mas especialmente aprendi que conflitos nem sempre precisam ser resolvidos no Judiciário, que é preciso ser disciplinada, determinada e sobretudo técnica.

Em 2009 Andréa foi vivenciar novas experiências profissionais e eu tive a oportunidade de assumir a assessoria jurídica da Associação Mineira de Supermercados através do meu escritório recentemente criado. Nessa ocasião eu tinha acabado de completar 29 anos, casada e mãe de um menino de 03 anos.

Agarrei a oportunidade, estudei (e estudo todos os dias) para defender com firmeza os interesses do setor supermercadista mineiro. Nesses 20 anos, tenho orgulho de afirmar que conquistamos muito, mas o ano de 2022 ficará marcado na história da AMIS e também na minha história pessoal como o ano em que conseguimos criar o Sindsuper-MG – Sindicato Intermunicipal do Comércio Varejista de Produtos de Supermercados e Hipermercados no Estado de Minas.

Obter a representação sindical para o setor foi, de longe, o maior desafio de todos até agora. Foi preciso superar muitos obstáculos, mas quem me conhece sabe que adoro um desafio e por isso reafirmo publicamente que estou pronta para seguir adiante.

Agradeço imensamente a todos que participaram dessa grande conquista e publico aqui meu compromisso de permanecer lutando para que os próximos anos, meses e dias sejam de mais liberdade para o setor supermercadista.

# Um novo tempo para o comércio de Minas.

## Esse é o nosso propósito.

O Sistema Fecomércio MG, Sesc, Senac e Sindicatos Empresariais tem como compromisso fortalecer, orientar, proteger e representar os empresários do comércio de bens, serviços e turismo.

A nova gestão atuará com foco na expansão e no fomento à inovação do setor para consolidar parcerias estratégicas. Tudo isso com muita eficiência, transparência e modernidade!

**Seja bem-vindo a uma nova era para o comércio mineiro.**

### Acesse:

[fecomerciomg.org.br](http://fecomerciomg.org.br)

[sescmg.com.br](http://sescmg.com.br)

[mg.senac.br](http://mg.senac.br)

CAFÉ  
Evolutto

**EVOLUTTO É UM CAFÉ DE ALTA PUREZA E  
QUALIDADE, CULTIVADO DE GERAÇÃO EM  
GERAÇÃO POR 17 MIL FAMÍLIAS QUE, JUNTAS,  
FORMAM A MAIOR COOPERATIVA DE  
CAFEICULTORES DO BRASIL, A COOXUPÉ.**



cooxupé