

# Gôndola

OUTUBRO 2023

## COOPERAÇÃO ENTRE SUPERMERCADO E INDÚSTRIA

Que supermercado e indústria devem trabalhar juntos por resultados e atender cada vez melhor o cliente final, se sabe desde a 1ª loja no Brasil, em 1953. Mas nos últimos 5 anos, mais que nunca, essa certeza se tornou fundamental para ambos. A atuação em cooperação é cada vez maior e se dá desde a logística, o intercâmbio de dados, mix assertivo, redução de perdas e chega até ao RH, entre muitas outras ações. Confira e se inspire nessa reportagem especial.

**e mais:**

**SUPERMINAS 2023 – UM GUIA COMPLETO PARA VOCÊ**

**ENTREVISTA – O PROFESSOR E PALESTRANTE DA SUPERMINAS 2023, EDSON MACHADO, SOBRE O FUTURO DO VAREJO**

**FIDELIZAÇÃO – NOVAS FERRAMENTAS FAZEM A DIFERENÇA**

**LATICÍNIOS – NOVOS LANÇAMENTOS IMPULSIONAM VENDAS**



**NÃO PODE FALTAR NA SUA LOJA**

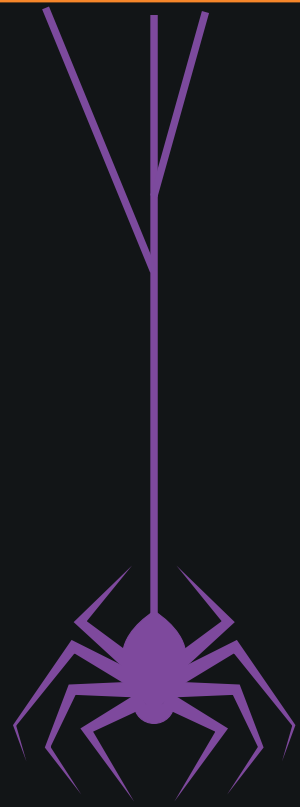


# ASSUS DE TÃ



MAIS  
MISTERIOSA  
GELADA!

# STADOR O BOM





**O que  
vamos  
nutrir  
hoje?**



Misture grãos saudáveis, saborosos e uma pitada de qualidade. **O resultado é delicioso.**





A **Pilecco Nobre** sabe que o arroz é uma paixão dos brasileiros. Por isso, produz grãos com o máximo de qualidade.

O cardápio é repleto, com deliciosas escolhas como os **produtos Saudabilidade**, desenvolvidos especialmente para nutrir a vida dos seus clientes com uma alimentação mais saudável e saborosa.

Para quem busca pratos mais especiais, a **Linha Gourmet** é a escolha certa. Com os grãos adorados pelos melhores chefs, os produtos Gourmet vão nutrir o melhor nos risotos e paellas dos seus clientes.

**Conheça todos os produtos e faça seu pedido.**





# Se tem festa tem Rivelli

**NOVA EMBALAGEM, MESMO SABOR!**

**GENUINAMENTE MINEIRA**

**SUCESSO DE VENDAS NO NATAL**

**NOS MELHORES SUPERMERCADOS DE MINAS GERAIS**

[www.rivelli.ind.br](http://www.rivelli.ind.br)

  /rivelliemacao   /rivelli





Rivelli®

Nova  
Embalagem



Rivelli®  
**Avefest**

VIVA A ESSÊNCIA DAS FESTAS



FRANGO TEMPERADO CONGELADO (MOELA E FÍGADO)  
COM MÁXIMO DE 20% DE SOLUÇÃO (ÁGUA, CONDIMENTOS E ADITIVOS)  
Contém aroma idêntico ao natural.

PRONTO  
ASSAR  
TEM  
EXCL  
SERVA  
BARRAS





**FORNO  
DE MINAS**

RECEITAS  
CASEIRAS E  
MUITA PAIXÃO.



ACOMPANHE ESSA TRADIÇÃO DE PERTO: @FORNODEMINAS



CHEGOU...

# A BATATA DA SUA AIRFRYER!



SE TEM



TODO  
MUNDO  
VEM.









# O CAFÉ FORTE DO BRASIL

Pilão nasceu em 1978 a partir de um desejo dos consumidores de terem um café mais forte para consumo. O sucesso da marca perdura até hoje sendo uma das marcas líderes de café no Brasil. Café Pilão é um aliado dos brasileiros despertando a força interna ao oferecer um café forte para enfrentar a rotina e os desafios diários.

Em uma recente pesquisa realizada, vimos que a tendência da compra multissegmento está cada vez maior, sendo que, em média o comprador opta por 2 categorias diferentes.

De forma geral, quem compra cápsulas, solúvel, cappuccino e grãos leva uma maior variedade de segmentos na mesma ocasião de compra. 69% dos Shoppers afirmam comprar Cápsulas e T&M, sendo que, na categoria de Cápsulas a compra contempla até 2,7 segmentos diferentes e em Solúvel essa combinação é de 2,4 segmentos.

Com isso, a marca Pilão evoluiu para oferecer um amplo portfólio de cafés para todos os gostos e categorias, abrangendo desde o clássico T&M até opções de Solúvel, Cápsulas e Grãos, estando sempre presente em ocasiões importante ou naquelas do dia-a-dia nos lares brasileiros.

E a importância de garantir uma exposição com a presença do portfólio completo tanto no espaço primário, quanto no espaço secundário é fundamental para suprir essa nova necessidade do Shopper.

## EXEMPLO DE EXPOSIÇÃO PARA ESPAÇO SECUNDÁRIO



**TORRADO E MOÍDO**

**CÁPSULAS**

**SOLÚVEL**

**TORRADO E MOÍDO**

Para maiores informações sobre a disponibilidade de produto na sua região e informações adicionais de execuções, consulte e nosso representante regional



## Para ler e consultar

Esta é uma edição para ler com atenção e guardar com carinho para utilizá-la de imediato e, também, durante o ano de 2024. Além do ótimo conteúdo jornalístico, oferece ao leitor uma excepcional presença dos fornecedores dos supermercados mineiros. Nada menos que 56 deles estão presentes nesta edição, fazendo dela um privilegiado material de consulta para o supermercadista mineiro. São empresas das mais variadas categorias de produtos e serviços e prontas para oferecer o melhor atendimento aos supermercados. GÔNDOLA vai comemorar seu 30º aniversário em 2024; porém, já podemos comemorar com esta edição, tamanha a participação prestigiosa dos fornecedores. A todos eles o nosso agradecimento e votos de que façam bons negócios e fidelizem cada vez mais os supermercadistas mineiros, todos eles leitores de GÔNDOLA. Por falar em leitura, a reportagem destaque de capa desta edição é sobre a crescente cooperação entre supermercados e indústrias. Merece sua atenção, principalmente porque há nela excelentes exemplos que podem inspirar sua empresa, seja ela supermercado ou indústria. Outra, com presença em sua fila de leituras indicadas, é a entrevista que fizemos com o professor e palestrante da Superminas 2023, Edson Machado, sobre o futuro do varejo (certamente você precisa ficar atento às tendências de sua área de negócio). Na sequência dela, trazemos as boas oportunidades que novas ferramentas estão proporcionando para a fidelização de clientes. Depois, confira a programação completa da Superminas 2023, a coleção de lançamentos que acontecem na feira de negócios desse megaevento e uma reportagem muito boa sobre a diversidade e toda a potencialidade dos lácteos. Sem dúvida, uma revista para ler e guardar com carinho como fonte de consulta e inspiração.

Boa leitura!

Giovanni Peres  
Editor

## SUMÁRIO



### REPORTAGEM DE CAPA

Supermercados e fornecedores estão mais integrados e é só o começo

# 16

## 28

### ENTREVISTA

Edson Machado, palestrante da Superminas 2023, nos fala sobre o futuro do varejo

## 36

### FIDELIZAÇÃO

Você já pensou em novas ferramentas que apoiam a fidelização dos clientes?

## 50

### SUPERMINAS 2023

Confira as dicas de nossa equipe e aproveite ao máximo

## 60

### SUPERMINAS 2023

Trazemos para você a programação completa do evento

## 82

### SUPERMINAS 2023

Veja o Guia de Lançamentos e faça ótimos negócios

## 118

### LÁCTEOS

A diversidade dos produtos é cada vez maior

44 ARTIGO VANNUCCI

130 ARTIGO JURÍDICO

# Gôndola

Veículo oficial da Associação Mineira de Supermercados (AMIS)



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

**Presidente da Associação Mineira de Supermercados (AMIS)** Alexandre Poni (Verdemar) **Presidente Executivo** Antônio Claret Nametala **Gerente de Comunicação** Adenilson Fonseca **Revista Gôndola Conselho editorial** Epifânio Parreiras (Grupo Supermosso), Gilson de Deus Lopes (Supermercado 2 B) e Roberto Gosende (DMA) **Editor e jornalista responsável** Giovanni Peres (reg. prof. 03065jp) gperes@todavozeditora.com.br (31) 38797422 e 999841990 **Repórteres** Adenilson Fonseca (adenilson@amis.org.br) e Dayane Lima (dayane.lima@amis.org.br) **Capa** Criação de Léo Anchieta **Fotografia** Ignácio Costa e Freepik Stock **Designer gráfico** Sandra Fujii **Revisor** Pedro Vianna **Impressão** EGL Editores **Distribuição** EBCT **Comercial** Pedro Gosende (pedro.gosende@amis.org.br) tel.: (31) 22122 0553 **Executivos de negócios** Renata Abreu (renata.abreu@amis.org.br) e 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)**



# only.

É só fruta, 100% integral!



  
**SUPER MINAS**  
Food Show 2023

**DeMarchi**  
MINAS  
DISTRIBUIÇÃO

VENHA VISITAR NOSSO STAND NA SUPER MINAS E SABER MAIS!  
De 17 a 19 de outubro • Stand: Avenida B, 81, esquina com Rua 5.  
Informações e comercial: 31 3328-0010



# AINDA MAIOR E MAIS COMPLETA



Alexandre Poni  
Presidente do Conselho  
Diretor da AMIS

**A** Superminas está chegando em sua 35ª edição neste ano, ainda maior e mais completa do que nunca em toda sua história. Os recordes anteriores de participação de empresas expositoras e de negócios estão sendo quebrados. Assim como a grande presença dos supermercadistas mineiros e também de outros estados.

O conhecimento, o relacionamento e os negócios que esses milhares de supermercadistas estão vivenciando nesta Superminas 2023 serão marcantes em suas vidas e das empresas.

Não importa a dimensão das empresas, elas atendem ao convite de sua associação, a AMIS, para compartilharem o desenvolvimento profissional e empresarial que só um evento do porte da Superminas – que é hoje o segundo maior do País – pode proporcionar.

É importante frisar também o apoio dos fornecedores de produtos e serviços para supermercados como outro importante pilar do sucesso da Superminas. Eles também atendem ao chamado da AMIS e, seja na forma de patrocínio ou de ocupação de estandes na Feira de Negócios, nossos fornecedores ratificam, durante o evento, seus compromissos com os supermercadistas mineiros.

Temos mais de 550 empresas expondo seus produtos e serviços nesta Superminas 2023 e serão prestigiadas pelos 55 mil visitantes que vão frequentar o Expominas nestes três dias de evento.

Além dos pavilhões já tracionais, inteiramente ocupados, temos na Superminas 2023 a estreia do Minas 360º, no Pavilhão Redondo, de fácil acesso para quem está visitando a feira no nível 1 do Expominas e próximo dos auditórios onde acontece a robusta programação de palestras e painéis.

Então, em poucas palavras: a Superminas 2023 está ainda maior e mais completa do que nunca, sob medida para contribuir para o desenvolvimento dos supermercados de Minas.

Muito obrigado a você que veio prestigiá-la e vai voltar para casa renovado em conhecimento, relacionamento e negócios.





**PER'FA**  
*alimentos*

# Nutritivo, saboroso e de cara nova.

NOVAS LINHAS



+ QUALIDADE

+ SEGURANÇA



Também estamos  
nos lares mineiros  
levando mais sabor  
com nossas batatas,  
cebolas e alho.



☎ 31 3394.1830

📷 /perfaalimentos

🌐 perfaalimentos.com.br

# SUPERMERCADOS E INDÚSTRIA JUNTOS. Cada vez mais

EM PRIMEIRA MÃO, O LEITOR RECEBEU ESTA EDIÇÃO DE GÔNDOLA NUM DOS MAIORES E MAIS EFETIVOS PONTOS DE ENCONTRO, DE NEGÓCIOS E SÓLIDAS PARCERIAS ENTRE O VAREJO SUPERMERCADISTA E A INDÚSTRIA FORNECEDORA: A SUPERMINAS 2023

Adenilson Fonseca

Que o setor supermercadista está sempre em transformação não é novidade. Afirmar que varejo e indústria devem trabalhar juntos para obter melhores resultados e atender cada vez melhor o cliente final também não é algo novo. Mas que a cooperação entre as partes tem se renovado e fortalecido, isso sim, é uma boa notícia. Se não tão nova, mas cada vez mais atual.







A atuação de forma conjunta pressupõe uma série de ações de cooperação que vão desde a recepção e descarregamento rápido de um caminhão, para que o caminhoneiro não perca tempo, até o compartilhamento de dados para melhor gestão da cadeia logística. Ou que tal as duas partes trabalhando juntas na busca de um *mix* mais assertivo e com novidades para surpreender o consumidor?

### PONTOS DE CONTATO

A correta exposição para evitar rupturas, um visual moderno da gôndola ou mesmo um planejamento de médio ou longo prazo, passando por temas como prevenção de perdas, sustentabilidade ou diversidade e inclusão na área de RH. Tudo isso são pontos de contato que vêm sendo trabalhados e melhorados nessa cooperação entre o varejo e a indústria.

É fato que ainda há muito que avançar, mas a boa notícia é que os dois lados sabem disso e es-

tão dispostos a unir forças de forma cada vez mais intensa e colaborativa. O trabalho conjunto desses importantes elos da cadeia de abastecimento garante resultados positivos não só na relação comercial em si, mas na maior eficiência do setor, em novos projetos e na satisfação do consumidor final.

No supermercado Faria, com duas lojas em Itapeverica, no Centro-Oeste mineiro, a diretora Dolores Fonseca avalia que essa cooperação entre indústria e supermercado deve existir sempre. Afinal, disse ela, se o supermercado vender mais, a indústria também vai vender mais. “É o supermercado que pode ceder mais espaço para a exposição do produto”, aponta.

Ela lembra, no entanto, que essa aproximação com o fornecedor nos supermercados de menor porte ocorre normalmente via atacado, que, disse ela, é essa conexão com os pequenos, para o alinhamento de trabalho conjunto. “Principalmente quando se tem um produto novo, porque às vezes a indústria não consegue entregar. O

Na página ao lado, reunião entre equipes da indústria e de supermercado celebrando cooperação em que o principal objetivo é atender, cada vez melhor, o consumidor



No alto, funcionário de supermercado acessando plataforma de informações e treinamento disponibilizada por indústria fornecedora; acima conjunto de diferentes gráficos com informações compartilhadas entre fornecedores e supermercados

consumidor quer esse produto, mas ele ainda não chegou à loja," ilustra.

### PENTE FINO

Nesse mesmo sentido, Dolores pondera que deve haver cooperação durante o processo de inserção desses produtos. Porque pode ocorrer de a indústria lançar um produto no mercado e ele não ter a demanda esperada. Neste caso, entra o trabalho dos supermercados para evitar os prejuízos. "Hoje a gente faz um pente fino, faz ações para recolher o que está perto de vencer. Não é porque o atacado, a indústria, vão recolher que podemos deixar vencer. Tudo tem custo, um custo muito alto", detalha.

Nos Supermercados Lima, rede com cinco lojas de varejo e um atacado em Alterosa, Carmo do Rio Claro e Conceição de Aparecida, no Sul de Minas, a parceria com o fornecedor é muito bem-vinda e tem portas abertas para crescer, porque ainda há muitas frentes para essa atuação.

Segundo o gerente da unidade de Carmo do Rio Claro, Luiz Vecchi, existe muito espaço para o trabalho conjunto e parcerias entre o varejo e a indústria, mas há também limitações que são pertinentes às políticas comerciais de cada empresa. Um primeiro passo seria um acordo entre as partes para flexibilizar ou acabar com cláusulas contratuais que, concorda Vecchi, são necessárias, mas impedem avanços em alguns formatos de parcerias.

### CASES AVANÇADOS

Com mais de 25 anos de atuação na área, o CEO da consultoria R-Dias Especialistas em Varejo, Alexandre Ribeiro, avalia que já há *cases* avançados, bons exemplos na cooperação entre varejo e indústria, mas ele acredita que esse trabalho poderia estar bem mais avançado. "Eu acho que se fala muito sobre o assunto, mas na prática ainda não está num estágio bacana. Poderia ser muito melhor", opina.

As exigências do especialista, no entanto, não são de desconfiança, mas em apostas de que se pode ir bem à frente, o que já vem tendo bons resultados. "Sempre há coisas muito bem feitas, de estruturas bem combinadas, compatíveis com as boas práticas da cooperação. Essa conversa da cooperação, quando é bem alinhada, gera resultados incríveis para os dois lados".

Ele reforça a aposta nas parcerias como algo possível e muito aplicável. "É possível, sim, mas isso é cíclico. Existe uma infinidade de casos em que isso de fato já aconteceu. Eu tenho projetos de *trade* (na R-Dias), de a gente orientar, dar suporte, há muitos anos, só que no passado isso tinha uma cara um pouco diferente", observa.

### MESMOS OBJETIVOS

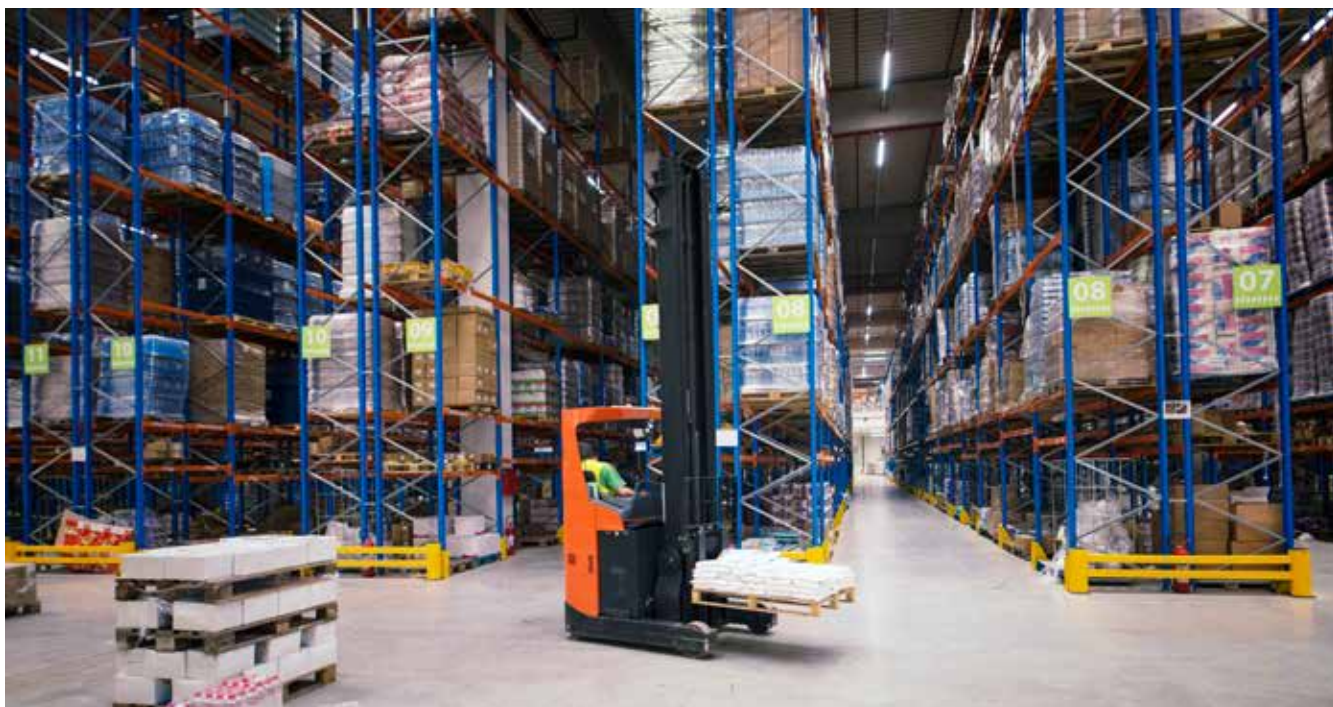
Segundo ele, uma forma de reforçar essa colaboração mútua é ter os mesmos objetivos,



Pensa num  
**TREM BOM**  
demais da conta!



Entre um  
mineiro  
e outro, **Aymoré**



A área de logística é uma das mais beneficiadas pelo crescente entrosamento entre indústrias e supermercados

e bem claros. “Se os dois lados estiverem alinhados, eles vão correr atrás desses objetivos. Como estão alinhados, na prática vai dar resultados para os dois”, justifica. “Nós temos exemplos de indústrias, em um processo forte de colaboração de *trade* com o varejo, que teve mais de 350% de crescimento. E não estou falando de indústria pequenininha, não, mas de indústria grande, importante”, exemplifica.

Mas, disse Ribeiro, todo o processo de colaboração passou por *trade* e por desenvolvimento de categorias em conjunto. “Passou por uma série de disciplinas diferentes, onde as pessoas deram as mãos e foram em frente”, exemplifica.

Ribeiro disse que na sua consultoria há exemplos de cliente que teve rentabilidade na categoria de três a quatro vezes maior, porque escolheu o parceiro certo dentro da categoria. “Eu tenho centenas de exemplos disso, é possível fazer. A grande questão é que os dois lados estão precisando olhar um pouco melhor para isso”, aponta.

Porém, reclama Ribeiro, quando um dos lados insiste em buscar o bom para si, e não o

bom para ambos, os resultados dessa cooperação não vão aparecer. Mas para isso, afirma, é preciso entender os objetivos do parceiro comercial. “Se você não sabe quais são as metas do outro, como você vai se aliar a ele?”, questiona. “Você precisa saber se os objetivos do outro são compatíveis com os seus. Sempre que há interesses conflitantes, a colaboração vai ficar difícil”.

### SUCCESSO DE TODOS

A mineira Start é uma dessas indústrias com parcerias com o varejo além da comercialização de produtos. Para a empresa, “é de fundamental importância” a disposição de ferramentas que auxiliem nas demandas, baseado em um modelo de negócio eficiente e adequado à necessidade de cada cliente.

Segundo o gerente nacional de *Trade Marketing*, Cleiton Carrijo Fernandes, uma parceria, para ser bem-sucedida, é necessário que haja um acordo entre as duas partes envolvidas, que se cooperam para prosperar, com o intuito de gerar benefícios para ambos os lados. “Esse relaciona-





## CHEGARAM AS NOVAS CÁPSULAS DE ALUMÍNIO MELITTA®



Conheça as novas cápsulas Melitta® em 5 novos sabores, mais intensos e marcantes. Selecionamos grãos frescos e cuidamos da torra para manter o aroma e o sabor marcante que um espresso Melitta® cremoso e fresquinho tem. Além disso, estamos trazendo duas novidades, Descafeinado Intenso e Lungo Intenso, para que possa oferecer aos seus clientes produtos diferenciados e portfolio variado.

NÃO FIQUE SEM ESSA NOVIDADE EM SUA LOJA.  
ABASTEÇA SUA GÔNDOLA E ÓTIMAS VENDAS!



CAFÉ FRESQUINHO  
PARA SENTIR  
MAIS A VIDA!

   /melittabrasil | [www.melitta.com.br](http://www.melitta.com.br)

## NOVAS CÁPSULAS EM ALUMÍNIO

COMPATÍVEIS COM MÁQUINAS NESPRESSO®\*

\*NESPRESSO® É UMA MARCA REGISTRADA PELA SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.  
E ESTE PRODUTO NÃO É AFILIADO OU APROVADO PELA NESTLÉ S.A.

mento da indústria com o varejo é crucial para o sucesso de todos”.

Para Fernandes, “é sabido que a parceria entre indústria e varejo é o que gera resultado positivo em toda a cadeia de suprimentos”, desde o processo da compra da matéria-prima para a confecção do produto até a venda para o varejo e na gôndola, para o consumidor. “Por isso, é fundamental compreender a necessidade e os objetivos de ambas as partes, para que todos saiam ganhando”.

Ele disse que hoje são muitos os resultados colhidos nessa cooperação entre indústria e varejo, desde a manutenção e fortalecimento de relacionamentos, redução de custos com compartilhamento de melhores práticas e geração de valor em toda cadeia. “A construção de um planejamento mais assertivo, a redução de ruptura, a melhora na prestação de serviço e o encantamento do *shopper* estão entre os principais indicadores de sucesso”, aponta o gerente da Start.

### PEDAGOGIA

Desde 2005, a Start trabalha com a UNISTART, uma plataforma pedagógica, dinâmica, interativa e de fácil uso, que oferece vários cursos com o intuito de levar praticidade e agilidade ao dia a dia da força de vendas, colaboradores, parceiros e clientes. “A UNISTART é atualizada mensalmente com cursos de treinamentos que são divididos em módulos, buscando contribuir para a capacitação de cada usuário, abordando assuntos como soluções de limpeza e higienização, desenvolvimento da performance individual, foco em atendimento e melhor performance em vendas”, detalha.

Varejo e indústria vêm atuando juntos também em conhecer melhor o seu cliente, que se transforma e muda de hábitos com muita rapidez. Além disso, aponta Fernandes, querem agilidade, mais praticidade em suas compras, valorizam empresas que estão preocupadas com as questões relacionadas ao meio ambiente, empresas que são envolvidas com assuntos relacionados a ações sociais.

“Para conseguir atender e superar as expectativas dessa nova realidade e padrão de consumo, é necessário um trabalho colaborativo entre indústria, varejistas e instituições parceiras”, aponta. “Todos precisam estar atentos à necessidade desse novo consumidor, que dia a dia se fragmenta e define novos padrões de consumo”.

Cleiton Fernandes informa que a empresa vem crescendo ano a ano, “está sendo reconhecida por nossos parceiros, pelos consumidores e tem se destacado em pesquisas apontadas pelas principais empresas do mercado”. Para isso, investe em pesquisa e desenvolvimento de produtos “de altíssima qualidade, sempre comprometida com a inovação”, mas conscientes de que não se pode perder o foco em assuntos relacionados à sustentabilidade.

Também sem esquecer da cooperação com os parceiros comerciais. “Mas temos consciência que a gente chegou até aqui por causa dessas parcerias sólidas que construímos ao longo desses 36 anos de história”.

Processos bem ajustados entre indústrias e supermercados refletem diretamente na experiência positiva de compra nas lojas





EDIÇÃO LIMITADA!



**CHEGOU**  
NOVO SABOR COM  
UM RECHEIO SUPER ESPECIAL

# PANQUINHO

## GALÁXIA



**LANÇAMENTO**

Com essa novidade na sua gôndola  
**suas vendas vão decolar!**

Central de Relacionamento Panco: 0800 779 3000

www.panco.com.br   /pancooficial





Os Centros de Distribuição (CDs), seja os existentes na indústria ou nos supermercados, são importantes ferramentas de aprimoramento do trabalho entre os dois parceiros

### PLATAFORMA GRATUITA

Nesse sentido, de fortalecer as parcerias cada vez mais, é que em 2021 a Danone lançou o Portal GC ([gc.danone.com.br](http://gc.danone.com.br)), uma plataforma gratuita e exclusiva da empresa de gerenciamento de categorias, em parceria consultiva da companhia com o varejo brasileiro. O portal GC reúne especialistas para instruir, com as melhores estratégias, a exposição de produtos da categoria na gôndola, de acordo com o perfil do ambiente.

“O objetivo do portal é fomentar a venda de produtos de forma mais estratégica e melhorar a experiência de compra, através de dicas de sortimento ideal e planogramas personalizados para cada ponto de venda (PDV), considerando as informações disponibilizadas pelo próprio varejista”, informa a diretora de *trade marketing* e *e-business* da Danone, Juliana Moreti.

A plataforma cria, de maneira personalizada, planogramas referenciais para execução em loja e revisões de sortimento alinhadas com a realidade de cada negócio e categoria. “Para a Danone, pensar no futuro do PDV é colocar o *shopper* no centro da tomada de decisão. Por isso, por meio do cruzamento de tendências e pesquisas, identificamos que o PDV do futuro impulsiona, em média, 10%

de crescimento da categoria nas lojas em que foi implementado”, explica Moreti.

O Portal GC também disponibiliza materiais para conhecimento dos diferentes segmentos da categoria do varejista, a fim de promover, de forma simples, o entendimento do consumidor sobre inovações, benefícios e ocasiões de consumo dos produtos.

### ESPAÇO PARA COOPERAR

Vecchi, do Supermercado Lima, pontua que há boas parcerias com várias empresas, que, pela sua política comercial, estão mais próximas do varejo. No entanto, ele avalia que algumas indústrias ainda podem melhorar seus canais de relacionamento com o cliente para uma interlocução mais facilitada, o que traria bons resultados de venda. “O que elas podem fazer é justamente buscar melhorar os processos, buscar possibilidades de fazer bons negócios”, analisa.

Ele aponta, por exemplo, a possibilidade de o fornecedor assegurar ao cliente supermercadista a retirada de cargas nas plantas industriais ou em locais ajustados entre as partes. Isso daria ao varejo a opção de, em caso de falta de produtos, não precisar esperar pela entrega. “A gente sabe que



QUER ECONOMIZAR ATÉ  
35% NA CONTA DE ENERGIA  
DA SUA EMPRESA?

VENHA PARA A CEMIG

LÍDER EM COMERCIALIZAÇÃO  
DE ENERGIA NO BRASIL.

Se a rede da sua empresa é de média-tensão e consome mais de 5 mil reais por mês, você já pode escolher a Energia Livre Cemig. Venha economizar, venha ser sustentável, venha para a Cemig.

Faça uma simulação:  
[ENERGIALIVRE.CEMIG.COM.BR](http://ENERGIALIVRE.CEMIG.COM.BR)



CEMIG



MINAS  
GERAIS

GOVERNO  
DIFERENTE.  
ESTADO  
EFICIENTE.

Também no exterior, a cooperação entre fornecedores e supermercados tem crescido, favorecendo vendas e satisfação do cliente



é difícil para a indústria atender todo o mercado em um País tão grande como o nosso”, reconhece.

### INTEGRAÇÃO DE DADOS

Para a correta gestão do *mix*, o acompanhamento de tendências do consumo com novos hábitos dos consumidores, o uso de dados compartilhados é apontado como uma solução. “Eu acredito que sim, mas é algo a ser feito com muita responsabilidade”, afirma Dolores, do Faria, de Itapeverica.

Ela avalia que deve haver essa cooperação entre as partes, e o que for preciso fazer tem de ser feito, mas com muita cautela dos dois lados. “Tudo que for para a melhoria dos processos, para a boa relação, tem que ser feito, e o supermercado precisa muito do apoio da indústria”, aponta. Ela lembra que há muito espaço para o crescimento dessa cooperação, mas que é preciso “ferramenta” para isso, o que não é possível apenas com pessoal, com contrato, porque o trabalho supermercadista é “muito complexo”.

### É PRECISO TENTAR

Vecchi, do Supermercados Lima, acha que ainda não é algo largamente praticado no mer-

cado, mas perfeitamente possível. “Eu só acredito que alguma coisa não vai dar certo se não se tentar”, avalia. “Acho que é possível negociar juntos e buscar a cooperação para melhorar”. Para ele, a justificativa é que varejo e indústria já estão juntos diariamente e muita coisa nesse sentido, de alguma forma, já é feita.

Vecchi lembra, porém, que é preciso flexibilizar alguns contratos que, feitos com o correto intuito de proteger as partes, acabam dificultando essa cooperação. “Pode haver alguma negociação comercial que dificulte essa aproximação, porque existem empresas com contratos muito rígidos e você acaba criando uma dificuldade enorme”, aponta. Para ele deve haver “equilíbrio” na elaboração dos contratos para permitir essa troca de dados e informações. “Senão, você acaba preso nesse contrato”, opina.

Para o CEO da R. Dias, essa interação é possível, mas partindo de uma relação de confiança muito estreita entre as partes. “Sim, é possível. A possibilidade de isso acontecer é real, mas naturalmente a gente depende da vontade dos dois lados. Não é inviável, mas é um processo”, afirma. 🛒



# JACK

## POWER

ENERGY DRINK



O energético **mais consumido**  
em Minas Gerais !

# O VAREJO DO FUTURO

**A** pesar de sua agenda sempre tomada, principalmente pela atuação como professor do Ibmec em São Paulo (SP) e pelas palestras, como a que tem programada para a Superminas 2023, o Prof. Edson Machado fez questão de atender ao convite de GÔNDOLA e nos brindou com conteúdo que poderia ocupar 10 páginas. O problema era que tínhamos apenas cinco disponíveis, tamanha a demanda de espaço pelos anunciantes. A saída foi fazer o resumo do resumo em cinco páginas e recomendar, entre outras possibilidades de acesso a artigos e reportagens sobre o professor, que os leitores compareçam à palestra (Superminas 2023, Salão OURO, dia 19/10, 13h30). São insights interessantíssimos apresentados pelo professor que podem ajudar você a planejar e organizar sua empresa para o futuro, que começa hoje mesmo.

Giovanni Peres

**GÔNDOLA – Quando se fala em varejo do futuro, a primeira ideia que muitas vezes vem à mente é a de robôs humanoides atuando na maior parte das funções ocupadas hoje por pessoas, e muita automação. O futuro do varejo é esse mesmo?**

**Prof. Edson Machado –** O futuro do varejo certamente inclui a automação e o uso de tecnologias avançadas, mas a imagem de robôs humanoides substituindo completamente os seres humanos em todas as funções pode ser um pouco exagerada. O varejo do futuro provavelmente será uma combinação de automação e interação humana, adaptada às necessidades e expectativas dos consumidores. Além disso, a tecnologia, como a inteligência artificial e o aprendizado de máquina,

pode ser usada para personalizar ainda mais a experiência do cliente, oferecendo recomendações de produtos com base no histórico de compras e preferências individuais. Em resumo, o futuro do varejo provavelmente envolverá uma combinação equilibrada de automação e interação humana, com o objetivo de oferecer uma experiência de compra mais eficiente, personalizada e conveniente para os consumidores. A automação será uma ferramenta importante, mas não necessariamente significará a substituição completa dos seres humanos no setor de varejo.

**GÔNDOLA – Quem sabe o futuro não passa por pilares como tecnologia, processos e pessoas? Poderia explicar melhor cada um deles?**

**Prof. Edson –** Certamente. O futuro de muitos setores, incluindo o varejo, frequentemente é moldado pelos três pilares fundamentais: tecnologia, processos e pessoas. Vamos explorar cada um deles em mais detalhes. A tecnologia desempenha um papel central no futuro do varejo. Isso inclui avanços em automação, inteligência artificial, aprendizado de máquina, análise de dados, realidade aumentada, realidade virtual e muito mais. Tecnologias como inteligência artificial podem ser usadas para personalizar a experiência do cliente,





melhorando a eficiência operacional e otimizando o estoque. O comércio eletrônico e as plataformas *on-line* também são parte integrante da tecnologia no varejo, permitindo compras *on-line*, entregas rápidas e experiências de compra virtuais. Os processos no varejo referem-se à forma como as operações são gerenciadas, desde a aquisição de produtos até a entrega aos clientes. A automação de processos desempenha um papel significativo. Melhorar a gestão de estoque, a logística e a cadeia de suprimentos é crucial para oferecer aos clientes produtos quando e onde eles desejam, e a otimização dos processos também envolve a implementação de sistemas de pagamento seguros e rápidos, bem como estratégias de marketing e publicidade direcionadas. No que diz respeito às pessoas, mesmo com a automação e a tecnologia avançada, as pessoas continuam sendo um componente essencial do varejo. Isso inclui funcioná-



O professor e palestrante da Superminas 2023, Edson Machado

rios que interagem com os clientes, equipes de vendas e gerentes de loja.

### **GÔNDOLA – Qual a importância da preocupação social no varejo atual e no do futuro?**

**Prof. Edson** – A preocupação social no varejo atual e no do futuro desempenha um papel fundamental por várias razões importantes. As empresas de varejo estão cada vez mais sendo ava-

# CHEGAMOS!

  
**SUPERMINAS**  
Food Show 2023

## ESTANDE 101-A

DE 17 A 19  
DE OUTUBRO

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

FALE AGORA COM UM REPRESENTANTE



VENHA NOS  
VISITAR





liadas com base em sua responsabilidade social corporativa. Os consumidores estão atentos ao comportamento ético das empresas, incluindo suas práticas de produção, gestão de recursos, tratamento de funcionários e envolvimento em questões sociais e ambientais. A preocupação social demonstra que uma empresa está agindo de maneira responsável e ética, o que pode melhorar sua reputação e atrair clientes fiéis. À medida que as preocupações com o meio ambiente aumentam, os varejistas estão sob pressão para adotar práticas mais sustentáveis. Isso inclui reduzir o desperdício, utilizar materiais ecológicos, promover a reciclagem e minimizar o impacto ambiental de suas operações. As empresas de varejo também desempenham um papel importante nas comunidades onde operam. Isso inclui apoiar causas sociais, promover a diversidade e a inclusão, fornecer oportunidades de emprego e contribuir para o desenvolvimento local. As empresas que se envolvem em ações sociais positivas podem ganhar a lealdade dos consumidores e melhorar sua imagem de marca. A geração mais jovem de funcionários valoriza cada vez mais trabalhar para empresas que têm um propósito social e que demonstram preocupação com questões sociais e ambientais. Em muitos lugares, as regulamentações e normas governamentais estão se tornando mais rigoro-

sas em relação às questões sociais e ambientais. As empresas de varejo que não cumprem essas regulamentações podem enfrentar penalidades legais e danos à reputação. Em resumo, a preocupação social no varejo é crucial tanto no presente quanto no futuro. Ela não apenas ajuda as empresas a construir uma imagem de marca positiva, atrair clientes e funcionários, mas também a desempenhar um papel ativo na criação de um mundo mais sustentável e justo. É uma consideração essencial para o sucesso e a longevidade das empresas de varejo em um ambiente empresarial em constante evolução.

### **GÔNDOLA – A mesma pergunta, agora sobre governança.**

**Prof. Edson** – A governança corporativa é uma consideração igualmente importante no varejo atual e no futuro. Ela envolve a criação de estruturas e processos que promovem a transparência na gestão e nas operações da empresa. Isso é essencial para construir a confiança dos investidores, acionistas e consumidores. A governança corporativa define as responsabilidades dos diretores, executivos e conselhos de administração da empresa. Isso ajuda a garantir que a empresa seja gerenciada de maneira ética e responsável. Ela também se concentra na gestão de riscos. Isso é importante no varejo devido à complexidade das cadeias de suprimentos, questões de segurança dos produtos e exposição a flutuações de mercado. Uma governança sólida ajuda a empresa a identificar e a mitigar riscos potenciais.

### **GÔNDOLA – O que podemos chamar de visão integral do varejo do futuro?**

**Prof. Edson** – Uma visão integral do varejo do futuro pode ser definida como um cenário em que as empresas de varejo adotam uma abordagem holística, considerando várias dimensões interconectadas para atender às necessidades dos consumidores e às demandas do mercado em constante evolução. Essa visão abrange aspectos como tecnologia, experiência do cliente, sustentabilidade, governança corporativa e preocupação social. Aqui estão alguns elementos-chave de



# Presunto Saudali: *nova receita!*



+

sabor  
qualidade  
suculência  
fatiabilidade

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





No alto da página, onça em floresta brasileira para lembrar a importância dos compromissos ambientais que o varejo e outros setores assumem; acima, o prof. Edson Machado, em sala de aula, inspirando seus alunos para a inovação

uma visão integral do varejo do futuro. No varejo do futuro, a experiência do cliente é o foco central. Isso inclui a personalização da jornada do cliente, oferecendo recomendações baseadas em dados, fornecendo opções de compra *omnicanal* e garantindo um atendimento excepcional. A tecnologia desempenha um papel vital na visão integral do varejo do futuro. Isso envolve a integração de inteligência artificial, aprendizado de máquina, análise de dados, realidade aumentada, Internet

das Coisas (IoT) e outras inovações para otimizar operações e melhorar a experiência do cliente. A sustentabilidade é uma parte integrante do varejo do futuro. As empresas adotam práticas eco-conscientes em suas operações, desde a gestão de estoque até o design de produtos e embalagens, com o objetivo de reduzir o impacto ambiental. As empresas de varejo têm uma governança sólida e uma preocupação social ativa. Isso envolve a prestação de contas, a ética nos negócios, o apoio a causas sociais e o tratamento justo de funcionários e fornecedores. No varejo do futuro, a integração perfeita entre canais *on-line* e *off-line* é essencial. Os consumidores podem navegar, comprar e devolver produtos em uma variedade de canais, criando uma experiência de compra fluida e conveniente. A personalização é uma característica central. As empresas usam dados para entender as preferências dos clientes e oferecer produtos e serviços sob medida, tornando a experiência de compra mais relevante e atraente. A automação e a otimização de processos são cruciais para a eficiência operacional. Isso inclui a gestão



Menos custo de energia,  
**mais lucro para  
 o seu negócio.**



## Energia solar por assinatura é Cemig SIM



**Economia**  
na conta de luz



**Sem obras**  
Sem instalação  
de placas



**Fácil adesão**  
100% digital



**Direto na sua**  
rede elétrica

**A energia dos novos tempos**

De 17 a 19 de outubro,  
 só na Superminas.  
 Consulte a nossa  
 equipe comercial.

CEMIG  
**SIM**

**MINAS GERAIS**  
 GOVERNO SUCESSIVO  
 ESTADO EFICIENTE

Visite o nosso estande



A experiência de compra será um desafio permanente do varejo do futuro

de estoque em tempo real, sistemas de pagamento rápidos e uma cadeia de suprimentos eficaz. O varejo do futuro abraça a inovação contínua para se manter relevante e competitivo. As empresas estão dispostas a experimentar novas tecnologias e modelos de negócios.

#### **GÔNDOLA – Qual o papel da inovação para hoje e para o futuro?**

**Prof. Edson** – A inovação desempenha um papel fundamental tanto no presente quanto no futuro em vários aspectos da sociedade e dos negócios. A inovação impulsiona o avanço tecnológico, permitindo o desenvolvimento de novas tecnologias e aprimorando as existentes. Isso é essencial para melhorar a qualidade de vida, aumentar a eficiência e resolver problemas complexos. Empresas inovadoras têm uma vantagem competitiva significativa. A inovação ajuda as organizações a otimizar processos, reduzir custos e melhorar a eficiência operacional. Isso é crucial para a sustentabilidade financeira e a competitividade a longo prazo. A inovação fre-

quentemente leva à criação de novos empregos e oportunidades de empreendedorismo. Em resumo, a inovação é um motor essencial para o progresso humano, impulsionando a economia, melhorando a qualidade de vida, resolvendo desafios globais e moldando o futuro. Ela permite que indivíduos, empresas e sociedades enfrentem as incertezas e oportunidades de um mundo em constante mudança. E isso é fundamental para a busca contínua do avanço humano.

#### **GÔNDOLA – Fale um pouco do Edson. Por exemplo, algum hobby? Faz compras em supermercados? Torce para algum time de futebol?**

**Prof. Edson** – O Edson é pai da Isabella, que estuda Direito, em Coimbra, Portugal. Ele respira Inovação 24 horas por dia, adora viajar, conhecer novos lugares, culturas e ser convencido de que está errado. Amante de um bom vinho. É torcedor do São Paulo FC. E gosta de esportes ao ar livre: caminhadas, *bike*, *trekking*... 🛒





## 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 321

#### PÃES INDUSTRIALIZADOS

Na verdade, quem vende pão tem sempre cliente e movimento na loja. Seja a padaria de rua ou a do supermercado, quanto maior o número de variedades e tipos, melhor. Isto inclui os industrializados, principalmente o pão de forma, que hoje tem mil variações. Aqui nunca falta pão.

Joana Edilene Brotas Jeremias | Contagem – MG

#### BATATA

Pouca gente sabe, mas a batata é um vegetal que tem origem na Cordilheira dos Andes e deve ser um dos produtos escolhidos para ser levado para cultivo na Lua e depois em Marte, quando colônias humanas se estabelecerem lá. Ela está hoje presente na mesa de pessoas no mundo inteiro, das mais diferentes maneiras. Gostei muito da reportagem que vocês fizeram.

Godofredo de Jesus Kheller | São Paulo – SP

#### BDMG

Sempre acreditei que o BDMG fosse restrito a apoiar grandes projetos. Depois de ler a entrevista, pesquisei melhor e vi que há linhas de crédito para empresas de pequeno porte, o que é muito importante. Parabéns pela entrevista.

Cideline Ortênsia Fagundes | Betim – MG

## GÔNDOLA PARA VOCÊ

Em comemoração ao aniversário de 29 anos da revista GÔNDOLA, estamos oferecendo a oportunidade para que novos leitores que atuam no setor de supermercados também recebam a revista, seja na versão impressa ou na digital.

Na versão digital você pode solicitar, além da revista, o envio de alertas com notícias que chegam à nossa redação entre uma edição e outra.

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



# NOVAS FERRAMENTAS apoiam a fidelização

OS PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO ESTÃO CADA VEZ MAIS EFICIENTES, APOIADOS EM FERRAMENTAS QUE ARMAZENAM E CRUZAM DADOS QUE CONSEGUEM CONHECER O CLIENTE E ANTECIPAR SUAS DEMANDAS

Giovanni Peres

**D**esde muito tempo atrás, em que não existiam os supermercados – afinal a primeira loja de supermercado no Brasil foi inaugurada em 1953 – a caderneta de anotações e o lápis atrás da orelha do Seu Manoel eram duas das principais ferramentas de trabalho do dono da venda ou da mercearia. Seu Manoel anotava tudo que vendia e para quem vendia (principalmente fiado) e a caderneta era um ban-

co de dados analógico que aprendeu a usar no convívio com as gerações anteriores e ninguém nem se lembrava de quando tinha sido inventada.

Ele a utilizava para, entre dezenas de outras ações, conhecer a fundo o seu cliente e oferecer um tratamento customizado que o fidelizava. Ou seja, era um precursor de algo que mudaria para sempre a gestão do varejo um século depois, os softwares de CRM ou Customer Relationship Ma-



Em pontos estratégicos da loja, mensagens estimulam o cliente a aderir ao programa de fidelização



# Nova Ford Transit Chassi

A Ford Pro™, divisão de veículos comerciais da Ford, apresenta mais um lançamento para atender às demandas do seu negócio: a Nova Ford Transit Chassi, que oferece mais robustez, versatilidade e durabilidade. Confira os diferenciais:

- ✓ 165cv de potência.
- ✓ A mais equipada de série.
- ✓ Conectada de fábrica.
- ✓ Balanço traseiro ajustável.
- ✓ Melhor performance com tração traseira e rodado duplo.
- ✓ Disponível nas versões 3.5 ton e 4.7 ton.

Acesse e saiba mais: [ford.com.br/ford-pro](http://ford.com.br/ford-pro)



Seu negócio  
em movimento.



Os implementos instalados são meramente ilustrativos.

0800 703 FORD  
3 6 7 3



No trânsito, escolha a vida!



No alto, a presença de programa de fidelização em loja de atacarejo; logo abaixo, jovem confere a oferta usando seu celular

nagement, que em português significa Gestão de Relacionamento com o Cliente. Filhos do excepcional avanço da Tecnologia da Informação que marca o século 21, os CRM formam um conjunto de práticas, estratégias de negócio e tecnologias focadas no relacionamento com o cliente.

É muito utilizado para gerenciar e analisar as interações com os consumidores, antecipar suas necessidades e desejos, otimizar a rentabilidade, aumentar as vendas e personalizar campanhas de captação de novos clientes. O software de CRM não é apenas uma lista de contatos elaborada: ele reúne e integra dados valiosos para preparar e atualizar suas equipes com informações pessoais dos clientes, histórico e preferência de compras.

Seu Manoel sequer imaginava que uma máquina programada por pessoas um dia poderia ajudar muito mais que sua caderneta e o lápis, embora já conseguisse perguntar a uma cliente dona de casa em 1923, no balcão, se a água sanitária comprada por ela no mês anterior não estaria quase acabando e que poderia aproveitar uma oferta especial criada por ele na hora. E no balcão sempre falava de novidades que tinham chegado na mercearia.



**PRODUTO NOVO  
EMBALAGEM NOVA.  
PRODUTO MELHOR  
E MAIS BONITO.  
MAS  
BONITO  
MESMO  
É O QUE  
ELE  
GIRA.**

**NOVO  
ZAPTEL  
PLUS 60**

**BOMP** 

(37) 3222 - 0700 - [www.bomppapeis.com.br](http://www.bomppapeis.com.br)



MAIOR FABRICANTE DE PAPEL HIGIÊNICO DE MINAS GERAIS



Junto aos check outs um convite para o programa de fidelização

### FIDELIZAÇÃO

Mas se você pensou que nossa reportagem é sobre CRM, se enganou. O assunto entrou na conversa por causa da ótima ferramenta que são os CRM como retaguarda para a montagem de programas de fidelização, infinitamente mais amplos que os dos Seu Manoel. Para se ter uma ideia, o Grupo Supernosso tem hoje 1 milhão de clientes cadastrados em seu Clube Supernosso, sendo 600 mil ativos.

Segundo Augusto Teixeira, Gerente Geral de PMO, CRM, Membership e Omnicanalidade do Supernosso, o Grupo foi um dos pioneiros a adotar softwares de CRM e programas de fidelidade apoiados pelo poderoso software. Já em 2009 iniciaram com um programa de fidelidade em parceria com a Dotz, em que compras eram transformadas em pontos, com diferentes aplicações.

### CLUBE

“Em 2017 optamos por mudar o foco e deixamos a modalidade de pontuação e nasceu

o Clube Supernosso”, conta Teixeira. A gestão do Clube é apoiada por uma ferramenta de CRM estrangeira considerada como referência no mundo e permite uma gestão detalhada de cada CPF cadastrado e o cruzamento de dados necessários para as mais diferentes ações de fidelização e incentivo de vendas, além de apoio à gestão geral.

Para fazer parte do Clube Supernosso, basta o cliente baixar o app e se cadastrar. A partir daí receberá informações sob medida a partir de seus interesses ou comportamento de consumo e, volta e meia, promoções exclusivas para o seu CPF. Aliás, nas lojas físicas, o CPF deve ser digitado sempre no início da passagem pelo check out, de maneira a fazer valer todos os descontos previstos para os cadastrados.

Em sua jornada de compra há também nas gôndolas a divulgação junto aos produtos que estão em promoção no Clube. “Temos um entrosamento muito grande com o time de compras da empresa e o resultado final tem sido muito positivo”, relata. Um Clube Apoio já está em fun-



# TREM BÃO

É PRODUTOS GARDINGO!

NOSSA LINHA DE PRODUTOS  
VAI DEIXAR SUA GÔNDOLA  
NOS TRILHOS!



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

PRODUTOS  
**Gardingo**<sup>®</sup>

*Sua Melhor Receita  
de Família!*

DISK GARDINGO  
31 **3873-1407**

CONHEÇA NOSSA LINHA DE PRODUTOS  
ACESSANDO O QR CODE AO LADO  
OU [WWW.GARDINGO.COM.BR](http://WWW.GARDINGO.COM.BR)



Divulgação do programa de fidelidade em ponto de grande visitação desta loja



cionamento também, impulsionando o braço de atacarejo do Grupo.

O sucesso do Clube levou a empresa a adotar também a modalidade Prime, na bandeira Supernosso, em que o participante paga uma assinatura que pode ser anual (R\$ 120,00 em 10 vezes) ou semestral. Os clientes Prime têm promoções exclusivas em relaça o aos do Clube e sempre 10% de desconto na adega e na padaria, aplicado mesmo se algum item estiver já em promoça o. "Sem d vida, as ferramentas de fidelidade que temos hoje são uma parte importante do negócio", resume Teixeira.

### REATIVAR PROGRAMA

O grupo Casa Fidélis, de Bom Despacho e região, já teve um programa de fidelidade, numa época em que ninguém tinha programa deste tipo. Chamava-se Fidelidade Fidélis e durou um bom tempo, de 2005 a 2010, porém foi interrompido. "Há pelo menos dois anos tento reativar, mas acabo esbarrando em questões operacionais", conta Luís Fernando Teixeira Campos, diretor comercial do Grupo, o desafio de implantar e manter um programa de fidelidade que faça a diferença.

"  um desejo. Queremos voltar com ele o mais breve possível", ressalta. Na época em que estava ativo o programa, para cada R\$ 1,00 em compras, o cliente acumulava um ponto. "Paramos, pois a estrutura ficou pesada, tínhamos uma "loja anexa" e três funcionários por conta do programa

e o cliente começou a enxergar pouco valor no benefício e tivemos muitas reclamações", conta. "Isso nos fez parar, pois queríamos o fim dessa vinculação ponto/real, mas ainda não encontramos a fórmula ideal".

### VALE A PENA

A equipe de GÔNDOLA está na torcida pela Casa Fidélis assim como na de todo leitor que esteja querendo reativar ou lançar um programa de fidelização. Isso porque, no que a revista levantou de informações obtidas em artigos, estudos e reportagens feitas sobre assunto no país e no exterior, esses programas conseguem aumentar a taxa de retenção de clientes em pelo menos 5%.

Além disso, algumas pesquisas apontam que 76% dos consumidores acreditam que planos de fidelização fazem parte do relacionamento com as marcas e as chances de se fazer uma nova venda para os clientes existentes aumenta em 60% a 70%.

Ainda em informações levantadas pela revista, "os programas de fidelização incentivam que o consumidor compre na loja ou de uma determinada marca para alcançar o seu propósito de fidelização, como adquirir gratuitamente ou com desconto algo que gostaria". Assim como "diminuir o interesse dos clientes em pesquisar por concorrentes no momento de fazer uma nova compra; aumentar a divulgação dos serviços e produtos da empresa e oferecer uma experiência única e exclusiva de consumo". 🇺🇸



## OUTUBRO

📅 27 ⌚ 13h30 às 17h30

Treinamento PER/DCOMP **GRATUITO**

📅 30 e 31 ⌚ 8h30 às 12h30

Liderança baseada em pontos fortes

## NOVEMBRO

📅 06 e 07 ⌚ 8h30 às 12h30

Gestão estratégica de pessoas como ferramenta para retenção de talentos do seu supermercado

📅 07 e 08 ⌚ 8h30 às 12h30

Gestão de sortimento e criação de marca própria

📅 22 e 23 ⌚ 8h30 às 12h30

Produto certo no lugar certo: a importância do repositor no processos de vendas

📅 28 e 29 ⌚ 8h30 às 12h30

Direito do consumidor e fiscalização no supermercado

📅 29 ⌚ 8h30 às 12h30

Como elaborar metas de vendas e produtividade para a equipe

📅 30 ⌚ 8h30 às 12h30

Gestão estratégica de formação de preço

## DEZEMBRO

📅 05 e 06 ⌚ 8h30 às 12h30

Gestão comercial e curva ABC

📅 05 e 06 ⌚ 8h30 às 12h30

Desenvolvendo líderes de frente de caixa

📅 06 ⌚ 13h30 às 17h30

Manipulação de alimentos

📅 12 e 13 ⌚ 8h30 às 12h30

Temas atuais em otimização e planejamento tributário

📅 14 ⌚ 8h30 às 12h30

Planejamento e controle financeiro do supermercado

Invista em  
conhecimento  
e saia na frente  
do mercado





## Produtos orgânicos, naturais e superfoods na EXPO WEST 2023: TENDÊNCIAS E INSIGHTS

ACONTECEU ENTRE OS DIAS 20 E 23 DE SETEMBRO, NA FILADÉLFIA, EUA, A 40ª EDIÇÃO DA EXPO WEST, FEIRA QUE APRESENTA AS TENDÊNCIAS E INSIGHTS SOBRE O MERCADO DE PRODUTOS NATURAIS E ORGÂNICOS, ONDE O PROFESSOR GUSTAVO VANNUCCI REPRESENTOU A CASTANHA DE BARU ORGÂNICA DA COPABASE - COOPERATIVA REGIONAL DE BASE NA AGRICULTURA FAMILIAR E EXTRATIVISMO LTDA., NO ESTANDE BRASIL DA APEX - AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS

### TENDÊNCIAS, DADOS E INSIGHTS

Ao percorrer os corredores da feira, pudemos perceber o crescimento de empresas com seus produtos **inspirados na cultura** (trazendo a autenticidade e sabedoria tradicional); os **alimentos veganos** inovadores nas categorias de queijo, manteiga e frutos do mar; os produtos voltados para **saúde feminina** e o movimento denominado **"Skinimalism"**, que significa sustentabilidade e fórmulas simples nos itens essenciais para lavanderia e cuidados com o corpo e cabelo, reduzindo ou eliminando água desnecessária na formulação, embalagens excessivas e ingredientes desnecessários.

Quanto à certificação orgânica do USDA, que aborda uma diversidade de fatores, desde a saúde do solo ao bem-estar animal e ao uso de fertilizantes, percebeu-se que as atenções, agora, estão voltadas para a **agricultura regenerativa**, além da orgânica, que incorpora uma vasta gama de práticas agrícolas que apoiam os objetivos de sustentabilidade.

Na indústria, a palavra de ordem é que as **fibras** vão além do intestino, ou seja, a indústria de alimentos naturais está em busca de expandir

a visão dos consumidores sobre os benefícios das fibras, indo além da digestão. O interessante é que não se trata de inserir ingredientes inovadores, e sim de associar o consumo de seus produtos com receitas e formulações sem a formação de grãos ou aglomerados de fibras.

No entanto, os especialistas trouxeram o argumento de que a venda da fibra tem sido ampliada através dos seus benefícios para a digestão, em torno de uma expressão: o bom funcionamento do intestino. Agora, o foco está em educar o consumidor sobre o papel da fibra no controle de doenças cardíacas, diabetes, demência e tantas outras condições.

### O MERCADO DE PRODUTOS NATURAIS EM 2030

Entre as falas, as que mais chamaram a atenção durante o painel foram a de Carlotta Mast, vice-presidente sênior da New Hope Network, e de Nick McCoy, que trouxe informações sobre o tamanho do mercado de produtos naturais norte-americano, em cerca de US\$ 300 bilhões, e de Michiel Bakker, vice-presidente de Programas Globais de Local de Trabalho do Google.

>>



DVL Distribuidora, um show de marcas e produtos nos melhores auto-serviços e varejos de Minas Gerais.

**DVL**  
DISTRIBUIDORA VIA LÁCTEA

Nova sede logística



COMPRE COM NOSSOS VENDEDORES,  
TELEVENDAS OU PELO NOSSO SITE

**31 3649-1000**  
**WWW.DVL.COM.BR**

BAIXE NOSSO APLICATIVO



NOSSA NOVIDADE!

**Baruel**



KraftHeinz



FERRERO



CAMPARI

NISSIN

COTY



CHANDON



DIAGEO



CYT  
CONCHAY TORO





>> Uma boa notícia para o varejo físico é que em 2022 o crescimento das vendas dos produtos naturais e orgânicos no comércio eletrônico foi mais lento do que no varejo físico. O **varejo físico** apresentou crescimento de 7,7%, enquanto as vendas no **comércio eletrônico** aumentaram 4,6%.

Já para os rótulos, a tendência é que cada vez mais eles sejam “limpos” e fáceis de ler. No entanto, percebe-se que o número de ingredientes está realmente aumentando, uma vez que nos últimos cinco anos a média subiu de 10,4 para 10,9 ingredientes, disse McCoy.

Quanto ao movimento vegano, a empreendedora Stojkovic afirmou que as mulheres negras e com mais de 55 anos estão se tornando veganas. Diante disso, criou o Vegan Women Summit, que conta atualmente com 60 mil mulheres profissionais nos seis continentes.

Nesta edição, um dos alertas foi para os trabalhadores agrícolas, que precisam desesperadamente de mais assistência por parte do governo e da população. Estima-se que dois terços das 740 milhões de pessoas no mundo que vivem em extrema pobreza são trabalhadores agrícolas. É necessário fazer mais para que os agricultores te-

nham acesso a salários justos, além de alimentos mais saudáveis.

### CASTANHA DE BARU EM SINTONIA COM AS TENDÊNCIAS

A castanha de Baru, além do sabor agradável, similar ao amendoim, também apresenta alto valor energético e nutricional. Sua produção é extrativista, de origem do cerrado brasileiro e responsável por gerar renda e melhorar a qualidade de vida de mais de 300 famílias na região de Arinos-MG.

A castanha é livre de colesterol e sódio, possui baixo teor calórico, carboidrato e gordura em relação a outras castanhas e é rica em proteína e sais minerais, como Cobre, Magnésio, Zinco e Fósforo, além de Vitamina E.

### EXPO WEST 2023

A EXPO WEST ([www.expoeast.com](http://www.expoeast.com)) é uma feira que ocorre há mais de 40 anos com o objetivo de impulsionar marcas de produtos naturais e orgânicos emergentes no cenário nacional e promover parcerias entre compradores e indústrias que ajudam a educar os consumidores para fazerem escolhas mais conscientes e saudáveis. Em 2024, sua 41ª edição ocorrerá em Anaheim, na Califórnia.



# DUX

NUTRITION LAB



## NUTRIÇÃO HUMANA AVANÇADA

**SPORTS  
NUTRITION**

**HEALTH &  
WELLNESS**

**SKIN &  
BODY**

SOMOS A MARCA QUE CONECTA CIÊNCIA E NATUREZA, COM MÁXIMA QUALIDADE E INOVAÇÃO. DESENVOLVEMOS PRODUTOS COM ALTO PADRÃO DE EXIGÊNCIA. UTILIZAMOS INGREDIENTES SUPERIORES QUE RESULTAM EM FÓRMULAS LIMPAS E NATURAIS. NOSSO COMPROMISSO COM A NATUREZA VAI DESDE A FABRICAÇÃO DE NOSSOS PRODUTOS ATÉ O DESCARTE CONSCIENTE DAS EMBALAGENS.

ACESSE NOSSO SITE E CONHEÇA A LINHA COMPLETA  
[www.duxnutrition.com](http://www.duxnutrition.com)

ENTRE EM CONTATO COM A NOSSA EQUIPE  
[comercial@duxnutrition.com](mailto:comercial@duxnutrition.com)

## Atendimento personalizado é ferramenta para impulsionar negócios

**N**ão é segredo: o dia a dia de todo empreendedor brasileiro é sempre corrido e cheio de desafios. Para aqueles que lidam com o mercado supermercadista não é diferente. Contas a pagar e a receber, taxas, burocracia e milhares de informações circulando ao mesmo tempo podem confundir a cabeça de quem empreende no setor. Uma dinâmica assim pede simplicidade e, muitas vezes, o auxílio de especialistas para tornar mais eficientes os processos dentro do negócio.



Foi justamente pensando em oferecer uma experiência cada vez mais personalizada e eficaz para essas e todas as outras pessoas que correm diariamente atrás do sonho de prosperar sua empresa, que o Inter passou a disponibilizar para o público empreendedor o serviço gratuito de *advisors*, profissionais que oferecem assessoria personalizada de acordo com as necessidades de cada empresa. O novo serviço está ligado ao início da segmentação da base PJ do Inter, incluindo as empresas em diferentes categorias: MEI, PJ Digital, PJ Pro, PJ Enterprise, PJ Middle, PJ Corporate e PJ Win. A figura do *advisor* estará disponível para as empresas que se enquadram nas categorias a partir

do PJ Pro, ou seja, que possuem crédito a partir de R\$ 10 mil ou movimentação financeira mensal a partir de R\$ 100 mil. As empresas que se enquadrarem em pelo menos um desses critérios poderão solicitar atendimento desse profissional, que será totalmente dedicado a entender as demandas e dores dos empresários e oferecer a melhor assistência em serviços dentro do ecossistema do Inter, como investimentos, câmbio, aquisição, crédito, entre outras demandas.

É um modelo que soma a praticidade dos produtos e serviços digitais com uma assessoria especializada para descomplicar o dia a dia dos empreendedores. A partir dessa novidade, o Inter planeja seguir ampliando sua base de clientes PJ, que hoje se aproxima de 1,8 milhões de contas. Além da novidade dos *advisors*, os clientes PJ continuam contando com benefícios que auxiliam de forma efetiva a jornada empreendedora:

- **Global Account Business** – uma conta em dólar que facilita a realização de transações internacionais, permitindo a operação nos Estados Unidos sem precisar sair do Brasil. Também é possível fazer pagamentos e receber valores em dólar direto pelo Internet Banking PJ.
- **Linha de crédito FGI-Peac** – com garantia do BNDES para empresas de todos os tamanhos, com contratação 100% digital, taxas atrativas e 6 meses para começar a pagar.
- **Gestão de Cobrança automatizada** – com criação de cobranças recorrentes e automação nas réguas de comunicação para os clientes dos correntistas.
- **Marketplace PJ** – com produtos voltados para diversas necessidades do negócio, como materiais de escritório ou viagens corporativas, recebendo *cashback* para usar como capital de giro ou para investir em sua empresa.
- **Inter Loop PJ** – com pontuação para todos os usuários do cartão empresarial, sendo possível trocar os pontos por desconto na fatura, *cashback* em dinheiro diretamente na conta ou *cashback* extra no *marketplace* PJ. 🇧🇷



**inter**  
empresas



Sua conta PJ e  
MEI gratuita e  
sem burocracia.

Pro seu negócio  
superar qualquer  
desafio.



Baixe  
agora



# EXPLORE E DESFRUTE DO 2º MAIOR EVENTO DO SETOR NO PAÍS

ESTÁ NA SUPERMINAS 2023 E NÃO SABE POR ONDE COMEÇAR? CONTINUE LENDO NOSSA REPORTAGEM QUE VOU AJUDAR VOCÊ A APROVEITAR AO MÁXIMO ESTES TRÊS DIAS

Dayane Lima

**A** programação da Superminas 2023 dispõe de inúmeras novidades e, como sempre, muitos lançamentos de produtos e condições especiais de negociação nos estandes dos expositores. Nestes três dias você terá a oportunidade de rever parceiros comerciais ou amigos do setor, além de conhecer as novas tendências do varejo voltadas para tecnologia, produtos e serviços.

Para supermercadistas que desejam maximizar seus negócios, a Superminas oferece uma visão detalhada das preferências do consumidor e das oportunidades de mercado na área. Vale aproveitar este momento durante a feira para fazer *networking*, ter uma visão geral do mercado regional e observar a concorrência.

Não se esqueça de visitar os estandes da sua preferência; há muito o que conhecer. Com certeza





you will be faced with various *insights* that can be a great opportunity for your business.

"A Superminas offers the update, the relationship and the businesses that will ensure for you and your company the competitiveness that is increasingly demanded by the market. Until you, like me, must be a frequent visitor, you will be surprised once again with this megalevent that is the 35th edition", highlights the President of the Board of Directors of AMIS, Alexandre Poni, in his *Palavra do Presidente* in edition 320 of GÔNDOLA.

### PALESTRAS, PAINÉIS E CURSOS

But not only for business your day can be taken. A good tip, aimed at those who seek to perfect their methodologies within the company, is to take advantage of courses, *workshops* and lectures offered during Superminas, as the professionals hired have valuable knowledge about current issues, regulations and best practices in the sector, a large quantity of *insights* and experience in abundance for you to leave Superminas with a head full of good ideas.

### SUGESTÕES DE PALESTRAS

Right on the first day, in the Diamante auditorium, at 14h, we will have the CEO of the Cimed group, João Adibe, elected in 2021 as one of the most influential people in Latin America by Bloomberg Línea, a multiplatform news outlet about business in Latin America and the Caribbean. Adibe will present a lecture "Retail and Brazil: trajectory of a Brazilian company and of a passionate seller!"

For the supermarketist who seeks greater control of numbers and higher profitability in their stores, it is worth taking advantage of the opportunity

On the page next to this, images from Superminas 2022



# A Tramontina tem a melhor solução para o seu negócio.



**SUPER MINAS**  
Food Show 2023

**17 A 19 DE OUTUBRO**

**EXPOMINAS - BELO HORIZONTE/MG**  
**ESPAÇO 36, 37, AV. C COM RUA 3,**  
**PAVILHÃO GERAIS**

**Estamos na Super Minas!** Venha nos visitar e conhecer as soluções em produtos para o canal: são panelas, talheres, facas, garrafas térmicas, utensílios para churrasco, porcelanas e muito mais.

Confira os nossos diferenciais em Equipes de Vendas e Trade Marketing dedicadas ao canal Autosserviço, além das soluções de PDV conforme o perfil e cluster de cada loja.








Entre em contato conosco.





# Contamos com ótimas estratégias para o setor do bazar



-  Equipes de Vendas e Trade Marketing dedicadas ao canal Autosserviço.
-  Expertise no desenvolvimento e ampliação dos negócios.
-  Planejamento estruturado.
-  Soluções de PDV conforme o perfil e cluster de cada loja.
-  E uma série de oportunidades de negócios que podemos desenvolver juntos aos supermercadistas.

**TRAMONTINA**

parceria para fazer bem feito



No alto, intensa movimentação nos corredores da feira de negócios da Superminas do ano passado; acima, vista externa do Pavilhão Redondo, agora também integrado à Superminas 2023 com o Minas 360°

nidade para seus líderes conferirem, no segundo dia da feira, a palestra no auditório Ouro sobre “Prevenção e perdas no açougue”, que será ministrada pelo experiente profissional Fábio Muniz, diretor da Base Doze Consultoria Estratégica e atualmente também instrutor na APAS, AMIS, Senac, FIESP Guarulhos.

Na quinta-feira, último dia da Superminas, no auditório Diamante teremos a palestra “Novas gerações e os impactos no novo varejo: físico, humano e digital”, ministrada pelo Consultor, mentor e autor de livros Edmour Saiani. Ele irá apresentar conceitos e ferramentas para ajudar o supermercadista a estruturar seus negócios com foco no novo cliente.

### RODADA DE NEGÓCIOS

Aqui, na Superminas, você também vai encontrar ambiente propício para a negociação e fechamento de acordos comerciais. Durante a feira acontece a “Rodada de negócios”, evento empresarial organizado pelo Sebrae-MG para promover o encontro entre compradores e vendedores com objetivos comuns: gerar negócios. Para quem deseja participar da rodada de negócios, basta entrar em contato com o Sebrae e fazer seu agendamento pelo telefone (31) 99772-2765.

### OPORTUNIDADES PARA EMPREENDEDORES

No Pavilhão Gerais você tem também grandes outras ótimas oportunidades, como o próprio nome já diz: o *Circuito Mineiro de Oportunidade e Negócios* (CMON), que promove a valorização dos negócios familiares em Minas Gerais, uma parceria entre a AMIS, o Sebrae Minas e a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (SEDE).

O objetivo deste projeto é fortalecer a economia local, promover a diversidade de produtos e serviços e dar suporte aos pequenos empreendedores. Os compradores que participarem do Circuito terão a oportunidade não apenas de adquirir produtos exclusivos, mas também de contribuir para o crescimento



Cappuccino  
**LOVERS**

# EXAGERADOS

EXAGERO DE SABOR?

TOMA!

UMA NOVIDADE PARA A LINHA DE CAPPUCCINOS QUE CHEGA CHEIA DE SABOR, TRAZENDO MAIS VALOR E PROPORCIONANDO NOVAS EXPERIÊNCIAS DE CONSUMO.







sustentável desses negócios familiares, o que é benéfico para toda a comunidade e para a economia do estado.

Também no pavilhão Gerais, próximo ao CMON, e organizado pelo Sebrae Minas, estará outro projeto de valorização dos pequenos negócios. É o Projeto *Origem Minas*, uma iniciativa do Sebrae Minas e do Sistema Faemg que prepara as agroindústrias mineiras para terem os melhores produtos do mercado, preservando seu maior diferencial – a mineiridade.

### MINAS 360°

Você, que já estava acostumado, nos anos anteriores, a visitar os pavilhões Minas e Gerais, precisa conhecer também o novo espaço da feira, o pavilhão Minas 360°. Mais conhecido como arena, o pavilhão “circular” inteiro tem área de 4,090 mil metros quadrados e é destinado exclusivamente à exposição e valorização das indústrias genuinamente mineiras.

Neste espaço você vai encontrar, além do sotaque tradicional e harmonioso dos mineiros,





ULTRA REFRESCANTE  
PRA QUEM USA!  
ULTRA RENTÁVEL  
PRA QUEM VENDE!



CREME DENTAL + ENXAGUANTE  
SUPERMEGALTRA REFRESCANTE



NÃO PODE  
FALTAR  
NA SUA LOJA





empresas novas ou já tradicionais oferecendo o que há de melhor e mais atual no mercado nas áreas de alimentos, bebidas e serviços. Vale a pena reservar um tempo para se dedicar ao pavilhão Minas 360°.

### **PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO**

E as novidades não param! Você, que está aqui na Superminas há bastante tempo e que já participou das palestras, dos cursos, visitou os estandes e está pensando em tirar um momento para descansar e recarregar as energias, pode aproveitar a praça de alimentação da feira.

Uma exclusividade, este ano, na Superminas, é o Food Truck, localizado no piso 1, em frente ao foyer de acesso ao espaço Minas 360°, sendo uma ótima opção para quem deseja um local para se alimentar durante o evento.

**CONFIRA NAS PRÓXIMAS PÁGINAS TODA A PROGRAMAÇÃO DA SUPERMINAS 2023**





**SABOR E QUALIDADE  
DE OUTRO MUNDO.  
PRA TODO MUNDO.**

**FRISA. GOSTINHO DE  
SUCESSO DE VENDAS.**

Além de irresistíveis, os produtos Frisa também são recheados de qualidade, tradição e confiança, pra deixar suas vendas com gostinho de sucesso. São delícias que vão de presunto a mortadela, salsichão alemão a apresuntado, Bife! a hambúrguer 140 g, carne moída a linguiças frescas e muito mais. Não é à toa que nossas linhas estão sempre presentes na mesa dos brasileiros e ganhando o mundo.

**Prove e comprove.**

**Fale com nosso comercial:**  
(27) 3723-3200 - Ramal 3204  
(27) 99706-2559  
gerentecomercial@frisa.com.br



17out



SOLENIDADE DE ABERTURA

14h50

PALESTRA MAGNA



O VAREJO E O BRASIL: TRAJETÓRIA DE UMA EMPRESA BRASILEIRA E DE UM VENDEDOR APAIXONADO!

14h **Auditório Diamante**



Apresentar a história do Grupo Cimed e as dificuldades enfrentadas num mercado de diversidades regionais, econômicas e sociais. Agregar às pessoas a experiência de um profissional otimista que acredita no país, no seu povo e que está pronto para os desafios.

**João Adibe** - Eleito uma das 500 pessoas mais influentes da América Latina pela Bloomberg Línea, é CEO do Grupo Cimed, uma das poucas empresas do ramo farmacêutico que ainda é totalmente brasileira e independente



DESVENDANDO OS SEGREDOS DA PRECIFICAÇÃO: COMO INFLUENCIAR A DECISÃO DE COMPRA

9h **Auditório Esmeralda**

Explorar a fascinante interseção entre a precificação e o comportamento do consumidor. Analisar as estratégias baseadas na economia comportamental que podem ser empregadas para influenciar as decisões de compra dos consumidores.

**Bruno Ricoy Marques** - Experiente gestor empresarial, atua como Consultor de Finanças no SEBRAE Minas, focado em auxiliar empreendedores na profissionalização da gestão e otimização dos resultados.



SEU NEGÓCIO AMIGO DO IDOSO

9h **Auditório Rubi**

Acolher melhor o público idoso nos estabelecimentos pode ser uma boa forma de aumentar as vendas. Vamos conversar sobre uma perspectiva prática de como fazer com que o seu negócio se torne amigo do idoso e seja valorizado por isso.

**Gutenberg Donizeti Neto de Almeida** - Consultor de Marketing no SEBRAE Minas. Experiência em projetos de comunicação e marketing para segmento de varejo e prestação de serviços.



ADMINISTRE SEU NEGÓCIO PARA SER MAIS COMPETITIVO

10h30h **Auditório Esmeralda**

Abordar os fatores que levam ao sucesso ou ao fracasso empresarial. Discutir as estratégias para atingir os objetivos de uma empresa e para torná-la mais competitiva. Palestra destinada a micro e pequena empresa.

**Wagner Alessandro Nogueira** - Analista Técnico do SEBRAE Minas. Atua apoiando os empreendedores dos micro e pequenos negócios nos desafios da gestão empresarial.



ROTAS PARA O MERCADO: ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO PARA INDÚSTRIAS DE ALIMENTOS E BEBIDAS DE PEQUENO PORTE

10h30 **Auditório Rubi**

Orientar os empresários a definir canais para ampliar sua cobertura de mercado, implementar melhorias nos processos de vendas diretas e indiretas, identificar novos mercados e clientes potenciais, além de desenvolver estratégias ágeis para conquistar novos mercados e clientes.

**Diogo Alberto de Oliveira Reis** - Responde pelas carteiras de projetos de Indústria de Alimentos e Bebidas do SEBRAE Minas. Foi consultor e instrutor nas áreas de Finanças e Marketing na instituição.





**Italac**  
Lá em casa tem.



A marca de  
lácteos **mais  
comprada**  
do Brasil!\*

Fonte: \*Kantar, divisão Worldpanel | Ranking Brand Footprint 2023  
T. Brasil | Período: últimos 12 meses terminados em novembro.  
O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMAR O AUMENTO MÍNIMO DE 10% EM REFEIÇÕES  
E ALERGIAS E RECOMENDADO ATE OS 2.000 ANOS DE IDADE OU MAIS.



### REDUÇÃO DE PERDAS E OTIMIZAÇÃO DE VENDAS NO FLV

9h **Auditório Prata**

Trabalhar as estratégias para a redução de perdas e aumento das vendas no setor de FLV, focando a participação efetiva dos funcionários no processo que compreende a compra, transporte, armazenamento, manuseio de produtos e atendimento aos clientes.

**Carlos Perches** - Especialista em Hortifruti, trabalhou em grandes redes de supermercados. Atua como Instrutor da APAS há 10 anos. Foco em redução de perdas e aumento de vendas.



### SETE PASSOS PARA UMA PADARIA LUCRATIVA

9h **Auditório Ouro**

Apresentar os passos importantes para garantir uma gestão eficiente. Com foco nos detalhes e planejamento é possível garantir o sucesso do seu negócio.

**Simone Collet** - Especialista em gestão de padarias e CEO do Padaria Lucrativa. Há mais de 15 anos presta consultoria para diferentes modelos de negócios da panificação.



### CONSCIENTES E LUCRATIVOS: A CONVERGÊNCIA DA SUSTENTABILIDADE E NEGÓCIOS, CASES REAIS EM SUPERMERCADOS

9h **Auditório Esmeralda**

Explorar o histórico da conscientização ambiental e como esse movimento tem influenciado os negócios. A sustentabilidade é uma tendência crescente, vários casos de supermercadistas brasileiros comprovam como eles estão fazendo a diferença nos seus resultados e na natureza.

**Gabriel Vilela Junqueira** - Fundador e CEO do Cupom Verde, primeira carteira digital de documentos fiscais do Brasil. Criador do portal InfoVarejo, maior portal focado no dia a dia do varejo do Brasil.



### RELACIONAMENTO NO VAREJO: SOLUÇÕES INTELIGENTES, RESULTADOS GARANTIDOS

9h **Auditório Rubi**

Demonstrar, com cases reais, como ações estrategicamente planejadas e a utilização de parceria comercial do supermercado com a indústria, podem resultar no aumento de margem e na melhoria de venda.

**Alexandre Ribeiro** - CEO e Fundador da R-Dias Especialistas em Varejo. Apaixonado pelo varejo alimentar, dedica-se às questões do setor desde 1994.



### REVOLUÇÃO NA GESTÃO DE PESSOAS

9h **Auditório Diamante**



Discutir alguns insights importantes para entender como o RH estratégico está fazendo a diferença nas organizações. Com os avanços tecnológicos e uma visão mais humanizada, faz sentido surgir um novo papel do RH nas organizações. Mas o que mudou? Quais benefícios essa nova visão trouxe?

**Mônica Hauck** - CEO e fundadora da Sólides, líder nacional na gestão de RH de pequenas e médias empresas. Está na lista dos "100 CEOS das startups de maior destaque do Brasil".





# Estamos na SUPERMINAS.

Venha conhecer de perto  
a parceria que vai simplificar,  
otimizar e potencializar  
o seu negócio.

A melhor gestão de FLV do mercado!

**Experfrut e Brixx. A força de quem garante sua competitividade no mercado de FLV.**

Poder de negociação, qualidade, variedade e entrega dos produtos FLV não é tarefa fácil. Somente com a força e a experiência de quem possui know-how de décadas atuando no segmento, você garante competitividade e reconhecimento. Conheça a Experfrut e a Brixx, duas empresas de peso na gestão de compras e terceirização.

## Experfrut

☎ (31) 3393-5554  
📞 (31) 99800-5554

🌐 experfrut.official  
🌐 experfrut.com.br

## Brixx

☎ (31) 99832-0012

✉ comercial@brixx.com.br



18out



### PRODUTOS PROCESSADOS NO FLV – ORGANIZAÇÃO E PROCEDIMENTOS

10h30 Auditório Prata

Discutir o nicho produtos processados em FLV e como trabalhá-los. Apresentar os produtos mais comuns, processos, equipamentos necessários, peças do uniforme, preparação técnica do manipulador, logística, planejamento da produção e controle da demanda.

**Alexandre Bernardes** - Diretor Comercial no Super Varejão da Fartura



### PREVENÇÃO DE PERDAS NO AÇOUGUE

10h30 Auditório Ouro

Expor as melhores práticas de Prevenção de Perdas no setor de açougue, visando maior controle dos números e mais rentabilidade. Dicas de atuação operacional segura e estratégica, visando maior produtividade e menos perdas.

**Fábio Muniz** - Experiência de mais de 22 anos no varejo supermercadista. Diretor da Base Doze Consultoria Estratégica. Atualmente instrutor da APAS, AMIS, Senac, FIESP Guarulhos, entre outras.



### BRANDING: CONSTRUÇÃO E FORTALECIMENTO DE MARCA PARA SUPERMERCADOS

10h30 Auditório Esmeralda

Apresentar como marcas fortes, que possuem clareza nos objetivos e na comunicação, adaptáveis ao novo e que constroem conexões poderosas com o mundo, tem vantagens competitivas substanciais que são fundamentais para o sucesso dos negócios.

**Geraldo Aureliano Quintiliano** - Fundador da Sakey Comunicação e Marketing, empresa envolvida há 12 anos em projetos de planejamento, estratégia, branding, design criativo e ideias que valorizam a marca de clientes em diversos segmentos.



### E-COMMERCE E ESTRATÉGIAS OMNICHANNEL: COMO SUPERMERCADOS PODEM UTILIZÁ-LAS PARA INTEGRAR E FORTALECER OS CANAIS DE RELACIONAMENTO

10h30 Auditório Rubi

Demonstrar como as mudanças no comportamento dos consumidores têm influenciado na digitalização dos negócios: estratégias omnichannel no Brasil x cases reais; conhecimento sobre consumidores x impacto nas operações; estratégias para ter presença mais frequente no dia a dia dos consumidores na Omnia.

**Samuel Gonsales** - É Sócio Diretor de Relacionamento no E-Commerce Brasil. Autor do livro: "Sistemas ERP na Omnia". Premiado em 2019 como um dos profissionais que mais contribuíram com conteúdo relevante nos últimos 10 anos.



### CONSTRUÇÃO DE TIMES: O SEGREDO DOS MELHORES VAREJISTAS

10h30 Auditório Diamante

Discorrer sobre as melhores práticas para construção de um Time de Alta Performance no Varejo: jornada e ciclo de vida do colaborador; ecossistema de gestão de pessoas; estruturação e eficiência de processos de R&S e outros fatores que estimulam a permanência e fidelização do colaborador.

**Cidinha Fonseca** - Especialista reconhecida pela revista Forbes como uma das mulheres mais influentes do Brasil por sua atuação em RH. Membro de conselhos de administração – chairperson e conselheira independente. Sócia fundadora de consultoria empresarial | Gestão de Gente | Escritora | Palestrante e Mentoring Empresarial. Autora do livro Pense Grande, Pense Pessoas – O Superpoder da Liderança





Ocê já experimentou os produtos da SUINCO? É um trem mais gostoso que o outro. Tem de tudo pra deixar sua comida boa demais da conta, uai!

SUINCO

cozinha Premiada

CARNE SUÍNA SÓ DÁ SUINCO





**O IMPOSSÍVEL NÃO EXISTE**

12h **Auditório Diamante**



Conduzir o público, por meio de sua história, à superação, engajamento e força de vontade. Uma apresentação cheia de emoção que aborda os temas: motivação de equipe; superação de metas; potencialização de faturamento; identificação do colaborador com o negócio; otimismo e esperança.

**Marquinhos Malaquias** - Um grande vencedor, gerenciador e impulsionador de talentos em empresas, no esporte, entretenimento e para experts do mercado.

**A IMPORTÂNCIA DO ESG PARA AS REDES SUPERMERCADISTAS**

13h30 **Auditório Prata**



Mostrar a importância da adoção de práticas ligadas ao ESG para a transformação do negócio, o fortalecimento da marca e o engajamento dos funcionários, entendendo que hoje, o papel das empresas não se resume apenas à entrega de um produto e/ou serviço de qualidade.

**Palestrante na programação do site**  
[superminas.org.br/programacao/](http://superminas.org.br/programacao/)



**ESTRATÉGIAS DE OFERTA, MERCHANDISING E EXPOSIÇÃO DIFERENCIADA DE PRODUTOS NO FLV**

13h30 **Auditório Ouro**

Apresentar formas de maximizar resultados e a experiência de compra do shopper no FLV. Conheça tendências para divulgação, melhore a visibilidade de produtos do setor e trabalhe o merchandising de forma estratégica.

**Fred Gorgulho** - Professor e consultor supermercadista com experiência gerencial em conceituadas empresas de varejo como Grupo Pão de Açúcar, Carrefour, Kalunga e Atacadista Roldão, entre outras.



**PROPRIEDADE INTELECTUAL PARA O MERCADO ATUAL**

13h30 **Auditório Esmeralda**

Discutir o papel da propriedade intelectual no mundo dos supermercados; as vantagens da proteção da PI; os desafios e considerações específicas no setor supermercadista; os passos práticos para proteger a PI. Apresentar estudos de caso e lições aprendidas.

**Vinícius Oliveira** - Especialista em Propriedade Intelectual com experiência de 20 anos. É fundador da Total Marcas, empresa com 5 unidades no Brasil e atuação internacional.



**COMO TRANSFORMAR A CULTURA DE CYBER SEGURANÇA E MITIGAR RISCOS AO NEGÓCIO**

13h30 **Auditório Rubi**

Apresentar como, em um mundo de riscos dinâmicos, é fundamental ter um olhar sistêmico e integrado de processos, gente, tecnologia, estratégia e governança para mitigar os riscos cibernéticos e extrair o máximo valor do seu negócio.

**André Paranhos** - Sócio da Falconi desde 2018, teve sua atuação focada nos mercados financeiro, de serviços e tecnologia, levando-o a ser convidado para desenvolver e lançar a mais nova das empresas do grupo, a Trust Cybersecurity, onde é Diretor Executivo.





# CASH TODAY

a Prosegur solution

big

## 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)

SOLUÇÕES COMPLETAS PARA SUA LOJA.

SURPREE

Conheça toda nossa linha de produtos  
acessando nossos catálogos





**VENDA MAIS, COM MELHORES RESULTADOS.**

**VENDA-SE**

*Soluções técnicas e comerciais adequadas a cada tipo de negócio*

*Maior volume e capacidade de exposição de mercadorias*

*Maior eficiência energética do mercado*

*Maior durabilidade comprovada*

*Melhor preço com a melhor relação custo x benefício*

**CONSULTE-NOS!**



18out



**LOJA CONCEITO: O QUE É, SEUS DIFERENCIAIS E COMO MONTAR UMA PARA ATRAIR CLIENTES**

13h30 **Auditório Diamante**



Apresentar como a modernização dos espaços tem sido explorada pelos estabelecimentos para proporcionar um ambiente de aproximação entre marca e cliente, além de configurar tendência do mercado contemporâneo. Conheça casos reais de varejos que mudaram a forma de vender e obtiveram resultados positivos para o negócio.

**Fernanda Dalben** - Diretora de Marketing da rede de Supermercados Dalben, CEO & Founder da SMKT - Soluções de Marketing para Varejo, mais de 20 anos de experiência em supermercados.

**Júlio Takano** - Graduado em Arquitetura e Urbanismo com experiência de mais de 30 anos em Arquitetura de Negócios, Ecossistemas de Negócios e Conceitos de Store Design, atuando na América Latina, Europa e Oriente Médio e Ásia.



**PESOS E MEDIDAS NO SETOR DE AÇOUGUE**

15h **Auditório Prata**

Conscientizar a equipe do açougue sobre as melhores práticas para garantir a exatidão das pesagens, a correta utilização das medidas e a importância do cumprimento das normas regulamentadoras.

**José Carlos Carnevalli** - Engenheiro especializado em Qualidade, Metrologia, Planejamento e Avaliação Educacional. Consultor pela APAS e Inspetor no CREA-SP. Experiência na Toledo Indústria de Balanças, Instituto de Pesos e Medidas de SP e no Senai-SP



**LAYOUT INTELIGENTE - COMO O PROJETO DA SUA PADARIA PODE AUMENTAR A EFICIÊNCIA DO SEU NEGÓCIO**

15h **Auditório Ouro**

Destacar estratégias práticas para aumento das vendas e do ticket médio, além da produtividade da equipe de atendimento. Neuroarquitetura aplicada ao percurso do cliente na loja e gestão de espaço/layout para otimizar o consumo.

**Bárbara Alpendre** - Com mais de 14 anos de experiência, está à frente do escritório Alpendre Arquitetura, onde desenvolve projetos estratégicos, viáveis e eficientes com foco no resultado das operações, atuando em diversos estados do Brasil.



**QUESTÕES LEGAIS E OS IMPACTOS NO SEU NEGÓCIO**

15h **Auditório Esmeralda**

Apresentar temas estratégicos para o setor, tais como relação com órgãos de fiscalização, em especial PROCON MG, sindicatos e discutir os impactos no dia a dia do negócio.



**Kátya Alves** - Advogada da AMIS e do Sindsuper.

**Marcone Miranda** - Diretor Presidente do Big Mais Supermercados. Vice-Presidente Regional da AMIS em Governador Valadares e Diretor do Sindicato do Comércio de Bens e Serviços de Governador Valadares e região.



**RETAIL MEDIA E O IMPACTO NA GERAÇÃO DE NOVAS RECEITAS**

15h **Auditório Rubi**

Discutir como cativar e fidelizar um shopper pode ser um desafio permanente para a Indústria e o Varejo. Como a digitalização IN STORE pode facilitar o contato com as marcas e quais os próximos passos neste cenário?

**Dário Gohda** - Sócio Diretor na Varejo ADS. Possui experiência em estratégias e desenvolvimento de veículos de mídia; planejamento e execução de campanhas publicitárias em OOH/DOOH; campanhas publicitárias em varejo.





TRADIMAQ

# VARIEDADE EM EMPILHADEIRAS

DIVERSIDADE PARA ELEVAR **TODOS** OS NEGÓCIOS

Especialista no fornecimento de empilhadeiras, a **TRADIMAQ** é a melhor opção para modelos elétricos e à combustão em Minas Gerais, Goiás, Distrito Federal, Rio de Janeiro e Espírito Santo. Oferecemos soluções como:

- ✓ Empilhadeiras Elétricas
- ✓ Empilhadeiras à Combustão
- ✓ Transpaleteiras
- ✓ Paleteiras Elétricas
- ✓ Paleteiras Manuais
- ✓ Peças e Assistência Técnica



ENTRE EM CONTATO CONOSCO:  
**0800 007 8004**

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

 /Tradimaq

Confira nosso  
catálogo escaneando  
o QR Code ao lado.



18out



**PERSPECTIVAS ECONÔMICAS PARA 2024**

15h **Auditório Diamante**



Abordar as perspectivas econômicas, explorando os principais desafios e oportunidades que moldarão o cenário em 2024. Serão discutidos fatores globais e domésticos que afetam a economia, bem como a redução dos juros, os desafios fiscais e perspectivas de crescimento da economia brasileira.

**Rafaela Vitória** - Economista-chefe e Head de Research no Inter. Economista com MBA pela Wharton School | Pennsylvania e Doutora em Finanças pela UFMG. Já atuou como Diretora de Wealth Management no BankBoston, Coordenadora de Análise e Pesquisa na Kinea Investimentos, Diretora de Corporate Ratings para América Latina na Standard and Poors e Sócia-Diretora da Sonar Investimentos.

19out



**VIENNOISERIE: CONHEÇA OS PRODUTOS QUE FAZEM PARTE DESTA CATEGORIA E SAIBA COMO EXPLORAR SUAS VENDAS!**

9h **Auditório Prata**

Apresentar as diversas possibilidades que essa categoria, que é a união entre a panificação e a confeitaria, podem oferecer, com exemplos nacionais e internacionais. Trazer inspirações para padarias, supermercados e confeitarias!

**Jéssica Batista** - Docente na área de panificação há mais de 10 anos. cursou Viennoiserie na Le Cordon Bleu Paris, tem vasta experiência nesta área, formando alunos no Brasil e exterior.



**QUALIDADE DA CARNE: DO CAMPO À MESA DO CONSUMIDOR**

9h **Auditório Ouro**

Conscientizar os profissionais do setor de compras de carnes a importância dos trabalhos realizados dentro e pós porteira para garantia da qualidade da carne e diferencial do produto final.

**Lidiane Fagundes** - Mestre em Zootecnia. Consultora especialista em carnes premium e sustentáveis em São Paulo



**CÓDIGO 2D: EVOLUÇÃO DO CONTROLE E INFORMAÇÕES PARA CONSUMIDOR E VAREJO**

9h **Auditório Esmeralda**

Apresentar o código 2D, partindo de breve panorama sobre o código de barras, que revolucionou a cadeia de abastecimento nos últimos 50 anos. Essa cadeia evoluiu e veio a necessidade de informar e controlar; portanto, bem-vindo à evolução das informações e controles: o Código 2D!

**Paulo Crapina** - Com mais de 20 anos de experiência em varejo e cadeia de distribuição, é Diretor de Relações Institucionais da GS1 Brasil, no escritório Institucional em Brasília.



**POTENCIALIZANDO VENDAS ATRAVÉS DA EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR: INSIGHTS DA NEUROCIÊNCIA APLICADA AO VAREJO E INDÚSTRIA**

9h **Auditório Rubi**

Apresentar como a neurociência pode ser aplicada ao varejo. Descobrir como desbloquear o potencial de vendas do seu negócio, utilizando técnicas de neuromarketing. Detalhar as estratégias que podem melhorar a experiência de compra dos clientes, levando a um aumento significativo nas vendas.

**Paula Souto** - CEO da NeuroWits, empresa de neurociência e IA aplicada a negócios. Head do Lab da Neurons no Brasil, empresa dinamarquesa líder mundial em pesquisas de neurociência aplicada com tecnologia de ponta e IA. Oferece insights valiosos sobre o comportamento humano baseados em neurociência aplicada à várias temáticas.







Já pensou em ter  
o **pão das maiores**  
**hamburguerias**  
do mundo como  
**MARCA PRÓPRIA**  
no seu mercado?

Procure o nosso stand na  
Super Minas ou entre em contato:



31 3328 0010



@demarchi.minas



Stand De Marchi Minas:  
Av. B nº81 Esquina com Rua 5



### NOVAS GERAÇÕES E OS IMPACTOS NO NOVO VAREJO: FÍSICO HUMANO E DIGITAL

9h **Auditório Diamante**



Apresentar conceitos e ferramentas para ajudar os supermercadistas a estruturarem seus negócios com foco no novo cliente, no novo varejo Físico Humano e Digital, na nova experiência do cliente, no novo time e na nova liderança.

**Edmour Saiani** - Fundou há mais de 27 anos a Ponto de Referência, consultoria que ajuda marcas a formarem times num ambiente de atitude e atendimento. Palestrante, consultor, conselheiro, mentor e autor de livros.



### VAREJO PARA SEMPRE: DETALHES QUE PERPETUAM OS NEGÓCIOS

10h30 **Auditório Prata**

Apresentar o conceito de que "Tudo Comunica" dentro de uma loja e que cada detalhe é vital para perpetuar o negócio. Como a gestão de todo contato sensorial do cliente pode contribuir para alavancar as vendas, posicionar sua marca e proporcionar experiência de compra única.

**Fábio Hertel** - Teólogo, psicanalista clínico, pós-graduado em Marketing. Feirante. Atuou por 32 anos como Sócio e Diretor na maior rede varejista de hortifrutigranjeiros do Brasil. Atualmente é sócio na Hertel Investments LLC.



### POTENCIALIZANDO RESULTADOS COM O USO DAS NOVAS TECNOLOGIAS DA PRODUÇÃO À VENDA

10h30 **Auditório Ouro**

Apresentar um breve resumo do ganho de produtividade no setor de panificação, redução de perda de água no processo de cocção de proteína e processos que finalizam ultra rápidos, utilizando tecnologias convindas.

**Eduardo Tanure** - Engenheiro Químico, fundou em 2017 a COZINHA PRINCIPAL, que hoje representa grandes marcas nacionais e internacionais como Tramontina, Fernetto, Winterhalter.



### FISCALIZAÇÃO NOS SUPERMERCADOS

10h30 **Auditório Esmeralda**

Apresentar as atualizações feitas pelo PROCON-MG em formulários de fiscalização. Novos itens serão vistoriados, tais como produtos em promoção, data de validade, precificação, atendimento preferencial e outros.



**Ana Paula Cotta França** - Assessora Jurídica da AMIS. Advogada da área de fiscalização e contratos; Coordenadora do Comitê de Segurança dos Alimentos da AMIS

**Gilson de Deus Lopes** - Supermercadista há 52 anos, proprietário do Supermercado 2B. Delegado da AMIS junto à ABRAS; Vice-presidente do Conselho Diretor da AMIS.

### DIREITO TRIBUTÁRIO: TEMAS ATUAIS E RELEVANTES PARA O SETOR SUPERMERCADISTA.

10h30 **Auditório Rubi**

Apresentar temas estratégicos para o setor, tais como: reforma tributária, incidência de impostos na base de cálculo do PIS e da COFINS, benefícios de ICMS: (não) tributação pelo IRPJ e CSL e bonificação.

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

**Daniel Sena** - Especialista em Contabilidade em IFRS e Controladoria. Membro Titular do Comitê Tributário da AMIS.

**Eduardo Arrieiro** - Mestre em Direito Tributário.

**Henrique Azevedo** - Doutor em Direito Tributário. Conselheiro do Conselho Administrativo de Recursos Tributários de Belo Horizonte (CART-BH).

**João Paulo Fanucchi** - Advogado tributarista, sócio fundador da Almeida Melo Sociedade de Advogados.

**Moderação: Emmanuelle Christie** - Advogada/Assessora Jurídica da área tributária da AMIS; Coordenadora do Comitê Jurídico Tributário da AMIS.





# Soeto<sup>®</sup>

Alimentos

## LINHA COMPLETA COM + DE 100 PRODUTOS!



ACESSE AGORA  
NOSSO SITE



#SABORQUECOMPLETA

## CHEGOU EM MINAS GERAIS, A SOETO ALIMENTOS!

Sediada no Município de **Joaquim Távora/PR**, a **Soeto Alimentos** começou suas atividades no ano 2000. Na expectativa de atender os mercados mais exigentes, buscamos matérias-primas selecionadas, padronização nos processos e **qualidade no produto acabado**. Presente, hoje, em **21 estados**, iniciamos o trabalho em Minas Gerais para conquistar o paladar do povo mineiro.

Entre em contato com o nosso  
representante em **Minas Gerais**:

### Álvaro

REPRESENTAÇÕES

(31) 3227 7022  
contato@alvarorepresentacoes.com.br



**COMO PROMOVER A INCLUSÃO NAS EMPRESAS E CONSTITUIR EQUIPES DIVERSAS**

**10h30 Auditório Diamante**



Promover a diversidade e a inclusão é mais do que uma obrigação ética, é também uma estratégia inteligente de negócios. Ao abraçarmos a diversidade, não apenas criamos um ambiente de trabalho mais justo e acolhedor, mas também estimulamos a inovação, melhoramos a tomada de decisões e aumentamos a produtividade. Construímos ambiente onde todos têm a oportunidade de prosperar e contribuir para o sucesso de nossas empresas.

**Elisângela Machado** - Consultora independente e profissional com mais de 25 anos de experiência em gerenciamento de equipes multidisciplinares. De perfil ágil, trabalha com: planejamento estratégico, métodos ágeis e híbridos, indicadores e mediação de conflitos.



**FÁBRICA DE LÍDERES - COMO DESENVOLVER LÍDERES QUE GERAM RESULTADOS**

**12h Auditório Diamante**



Falar de uma das maiores dores dos empresários: a formação de equipes. Destacar ações que levarão os colaboradores a “vestir a camisa da empresa”, promover engajamento, senso de pertencimento e comprometimento com resultados do negócio.

**Rafael Haddad** - Supermercadista e CEO da AMO Varejo, maior site de R&S para supermercados e fundador do Fábrica de Líderes, maior plataforma de treinamento de colaboradores de supermercados do Brasil.



**UTILIZANDO DRE NA GESTÃO DO SETOR DE AÇOUGUE**

**13h30 Auditório Prata**

Mostrar como o açougue, que representa, em média, 25% das vendas de um supermercado, necessita de um DRE para a boa gestão. Detalhar a formação do resultado líquido de um exercício pela confrontação das receitas, custos e despesas do setor de açougue.

**Paulo Afonso** - Doutor em Engenharia, com MBA em Finanças e Controladoria, Agronegócios, Agroenergia. Pós-graduando em Varejo. Instrutor Sebrae-SP. e Consultor em Gestão Econômico-Financeira.



**VAREJO DO FUTURO: VISÃO INTEGRAL, EMPRESA CONSCIENTE, HUMANIZADA E SUSTENTÁVEL**

**13h30 Auditório Ouro**

Apresentar o tema estruturado sobre três pilares: tecnologia, processos, pessoas e em três visões: social, governança e meio ambiente. Demonstrar como estas três visões permeiam e impactam os três pilares e influenciam a vida das empresas de varejo e, conseqüentemente, na jornada dos seus clientes.

**Edson Machado** - Head de Inovação e Parcerias Estratégicas no Ibmec. Professor em cursos de graduação e pós. Grande experiência em implementação de projetos em inovação, empreendedorismo, formação de lideranças, metodologias ágeis, gestão do conhecimento entre outros.



**SUCCESSÃO – SUAS COMPLEXIDADES E OS IMPACTOS E OPORTUNIDADES COM A REFORMA TRIBUTÁRIA.**

**13h30 Auditório Esmeralda**

Apresentar de forma objetiva as etapas do Processo Sucessório e os atuais impactos e oportunidades com a reforma tributária. Possibilidade de antecipar a sucessão como forma de redução do elevado custo tributário após a implementação da reforma.

**Alexandre Lopes Lacerda** - Especialista em processos de M&A no Brasil e Exterior; Sócio-Diretor da CLRD Advogados Associados; com experiência em Auditoria e Consultoria Externa há mais de trinta anos.







**Venha nos visitar em um dos maiores eventos supermercadistas do Brasil!**



**SUPERMINAS**  
Food Show 2023

**17 a 19 de Outubro**

**Expominas BH  
Pavilhão Gerais - Avenida D - Ruas 2 e 3**

19out



### CERVEJA E EMPREENDEDORISMO: HISTÓRIAS INSPIRADORAS. OPORTUNIDADE DE BONS NEGÓCIOS PARA SUPERMERCADOS

13h30 **Auditório Diamante**

Em um bate-papo informal e divertido a palestra abordará a importância das histórias por trás das cervejarias. Serão compartilhadas experiências de pessoas que encontraram motivação e superaram desafios, mostrando como o sabor vai além do paladar e pode transformar vidas.

**José Felipe Carneiro** - Um dos fundadores da Cervejaria Wals, palestrante, gestor e líder de grandes equipes em diversos negócios do mundo. É reconhecido por fomentar resultados e engajar pessoas. Como cervejeiro, conquistou prêmios mundiais e se tornou sócio de umas das maiores empresas do mundo.



### COMO EXPLORAR SUA AUTENTICIDADE ATRAVÉS DA FIDELIDADE

13h30 **Auditório Rubi**

Apresentar os fundamentos básicos do funcionamento dos programas de fidelidade, os tipos de interação, benefícios e como podem auxiliar na experiência positiva do cliente, aumentar as vendas e comprovar a autenticidade do negócio.

**Marcelino Cruz** - Com mais de 20 anos de experiência no segmento financeiro e de fidelidade, é Diretor de Desenvolvimento de Negócios B2B da Lively, empresa líder no mercado de recompensas no Brasil.



### PLANO DE CARREIRA NO SETOR DE AÇOUGUE COMO ESTRATÉGIA DE GESTÃO DE PESSOAS

15h **Auditório Prata**

Mostrar a importância de oferecer crescimento e desenvolvimento profissional, a fim de minimizar os impactos da alta rotatividade de colaboradores do açougue, apresentando possibilidades de um plano de carreira bem estruturado para atrair profissionais.

**Paula Colamego** - Consultora de RH e DHO, Psicóloga e Analista Comportamental. Experiência de mais de 20 anos em RH, sendo que, 14 anos foram à frente do setor, como Gerente, em rede de Supermercados e rede de Drogarias.



### BONÍSSIMA, O CASE DE SUCESSO.

15h **Auditório Ouro**

Apresentar o case de sucesso da Boníssima Vila da Serra, que foi reinventada depois de um período de muitos desafios. Falar das ações implementadas, os novos processos e das inovações na empresa.

**Luiza Carneiro** - Administradora, é Diretora Comercial e Marketing da Padaria e Delikatessen Boníssima. Fundadora e CEO da Puri Wellness



### TRANSFORMAÇÃO CULTURAL E OS PILARES PARA VENDER MAIS E REDUZIR CUSTO COM O USO DA TECNOLOGIA

15h **Auditório Esmeralda**

Demonstrar as oportunidades e desafios da transformação digital, tais como atender com qualidade e de forma personalizada; transformar clientes e colaboradores em embaixadores da marca; reduzir custo com o uso da tecnologia. Discutir cenários, boas práticas e como aproveitar a transformação cultural para vender mais e melhor.

**Renis Rocha** - Empreendedor, startupero, embaixador de transformação cultural do varejo, apaixonado por vendas, tecnologia, pão de queijo e montanhas. Co-fundador e diretor da MENTES QUE PENSAM, plataforma que ajuda as software houses na transformação digital e cultural de seus clientes.



Trevinho



Com Brigadeiro de Colher,  
AS SUAS VENDAS VÃO  
VIRAR A MAIOR FESTA!



PRODUTO  
INOVADOR



ATRATIVO COMO  
SOBREMESA E SNACK



ALTO VALOR  
AGREGADO



ÓTIMO  
CUSTO X BENEFÍCIO



ENXOVAL DE  
PDV E AÇÕES  
DE SELL OUT



INVESTIMENTO  
EM COMUNICAÇÃO  
ONLINE E OFFLINE



Garanta o seu  
desconto no  
primeiro pedido

Conheça nossa linha  
completa de **SOBREMESAS**





**LIVE COMMERCE: SUA PRÓXIMA FERRAMENTA DE VENDAS ONLINE**

15h **Auditório Rubi**

Discorrer sobre as características da live commerce: interatividade em tempo real; demonstração de produtos; construção de confiança; impulso às vendas; entretenimento e engajamento.

**Leandro Gonçalves** - Sólida trajetória como Creative Technologist e líder de novos negócios na RCE Digital, renomada produtora do Grupo Rodobens. Seu conhecimento abrange tecnologias de streaming, vídeo digital e aplicações estratégicas voltadas a negócios.



**LOJA DE VIZINHANÇA E PROXIMIDADE: O QUE TEMOS DE NOVO**

15h **Auditório Diamante**

Discutir experiências de redes de supermercados de pequeno, médio e grande porte fora de Minas Gerais.



**Márcio D'avó** - Diretor de Facilidade e Simplicidade do Grupo D'avó - São Paulo

**Márcio Sandolin** - Gerente de e-commerce e Trade no Supermercados Jaú Serve

**Rodolfo Antunes** - Diretor Comercial da Rede Sol e no Supermercados Alfredo Antunes em Mirassol-SP

**Moderador: Ronald Nossig** - Sócio Diretor de Novos Negócios na Varejo 180



**ACESSE A PROGRAMAÇÃO  
ONLINE E PESQUISE  
OS SEUS TEMAS PREFERIDOS.**



ESCANEE O QR CODE  
COM SEU CELULAR

**CONFIRA NAS PRÓXIMAS PÁGINAS LANÇAMENTOS QUE ESTÃO SENDO  
FEITOS NA SUPERMINAS 2023**





*L E*

*Lanna's Equipamentos*

*L S*

*Lanna Service*

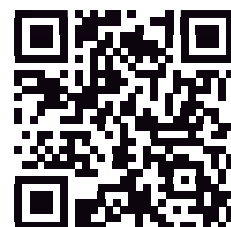
# *Grupo Lanna's*

Distribuidor

***Palettrans***

- Locações
- Peças
- Serviços
- Comércio

**0800 032 5354**



## Bem Brasil lançou, em 2023, novos formatados: hash browns e dadinhos de batata com toque de queijo

Líder no mercado de batatas pré-fritas congeladas no país, com 47% do share nacional (dados Estatelexport), a Bem Brasil lançou em 2023 sua nova linha de produtos formatados, todos inéditos no Brasil. São eles: hash brown, hash brown tradicional, hash brown mini e dadinhos de batata com toque de queijo. Além disso, também lançou uma nova formulação da batata “carinhas”.

Inteiramente fabricados na Bem Brasil, os lançamentos são resultado do investimento que a empresa fez, inaugurando sua quarta linha de produção na fábrica de Perdizes (MG), em 2021, que teve um investimento de mais de R\$ 1 bi. “A nova unidade da fábrica inaugurou nossa linha de especialidades, na qual conseguimos produzir diferentes produtos e texturas, além de produtos inéditos no Brasil”, diz Denio Oliveira, presidente da Bem Brasil.

“Já é um aumento crescente do uso da batata no cardápio do brasileiro, e o consumo per capita cresce a cada ano. O hash brown é um alimento muito popular internacionalmente e a Bem Brasil está trazendo essa novidade para o mercado nacional. Já o dadinho, feito de batata com toque de queijo, é uma inovação criada pela Bem Brasil e foi desenvolvida a partir de pesquisas e estudos de mercado com consumidores”, diz Flávia Naves, responsável pelo Marketing, Experiência do Cliente e Trade Marketing da Bem Brasil Alimentos.

Os hash browns são feitos de batata ralada, levemente temperada, pré-frita e congelada. Podem ser preparados na fritadeira, forno ou Air Fryer, com a mesma crocância e sabor. O tamanho tradicional (70g por unidade) é ideal para ser consumido como acompanhamento de refeições e também para receitas inovadoras; de tamanho médio, em formato triangular, o hash brown (38g) é indicado para ser consumido em porções, mergulhando em molhos ou como acompanhamento de refeições. Já o hash brown mini (18g) é ideal para servir como porção, com molhos, para compartilhar”, ressalta Isabela Navarro, gerente de sustentabilidade da Bem Brasil.

As novidades já estão disponíveis para distribuidores, supermercadistas e food services. Todos são produtos de alta demanda, que oferecem maior rentabilidade para o varejista, além de versatilidade e inovação para o cardápio do food service.





**Batata**  
**Bem Brasil**  
é uma  
**explosão**  
de **vendas.**

PRO



**Com o mix de produtos da Bem Brasil,**  
você leva para o seu cliente  
**a batata mais vendida do país\*;**  
em diversos sabores e formatos.

**Altíssimo padrão  
de qualidade**

**Satisfação  
do cliente**

**Cuidado que vai da  
fazenda até você**

**Fale conosco e abasteça o seu estoque!**



**BemBrasil**  
Alimentando bons momentos

🌐 [bembrasil.ind.br](http://bembrasil.ind.br) @ [batatasbembrasil](https://www.instagram.com/batatasbembrasil) @ [bembrasilfood](https://www.instagram.com/bembrasilfood)



\*Pesquisa Kantar e Nielsen 2022.

## Nestlé apresenta Choco Trio, a maior inovação em barra de chocolate dos últimos tempos

A Nestlé, sinônimo de chocolate, reconhecida por suas inovações e tecnologia, promete revolucionar a categoria de chocolates com seu lançamento: o Choco Trio – uma tripla combinação de chocolate, biscoito e recheio, tudo em uma barra de chocolate. A inovação foi desenvolvida com o intuito de promover deliciosos momentos de indulgência por meio da cremosidade e do sabor inconfundível do chocolate Nestlé, aliado à crocância do biscoito. “Ficamos muito felizes em lançar o Choco Trio no mercado brasileiro; não existe nada no país como essa novidade. Queremos proporcionar novas experiências sensoriais e indulgentes aos nossos consumidores”, afirma Fábio Battistella, Diretor de Operações das fábricas de Confectionery da Nestlé. A inovação e a preocupação com a qualidade dos ingredientes são fundamentais para o sucesso do lançamento, que tem como objetivo conectar ainda mais a marca com os consumidores jovens e atender às suas demandas por produtos diferenciados e sustentáveis.

Choco Trio é produzido com cacau proveniente do Cocoa Plan, um programa global de desenvolvimento sustentável da cadeia do cacau, priorizando os pilares social, ambiental e econômico. O produto já está disponível em todo o país em três versões – recheio e sabor chocolate, recheio de amendoim e biscoito de baunilha e recheio ao leite e biscoito sabor baunilha, com gramatura de 90g. “Prazer é o principal atributo da categoria, e inovação é o caminho para alavancar penetração e conectar com os jovens”, destaca Mariana Marcussi, Head de Marketing de Chocolates da Nestlé.





NOVO

Nestlé

CHOCOLATE  
+ BISCOITO + RECHEIO

• DEU •

MATCH!

Segmento de maior valor agregado é o que acelera  
o crescimento de tabletes no Brasil!

Nova linha de Tabletes Nestlé entra para este segmento  
com R\$/kg incremental

Lançamento triplamente delicioso: Chocolate + Biscoitos +  
Recheio



Nova linha de Tabletes Nestlé com os 3 recheios preferidos dos consumidores:  
Chocolate, Leite e Amendoim.  
Experimente!



## Açaí Sport, da De Marchi: novas embalagens e nova fórmula do carro-chefe da marca

A **De Marchi**, líder em produtos congelados e *in natura* no Brasil, apresenta a reformulação de um dos seus principais produtos: o Açaí Sport. Com novo logotipo e identidade visual moderna, o layout reforça os principais atributos do produto, enfatizando seus ingredientes e sua cremosidade. O Açaí Sport é vendido em embalagens de 180g, 400g, 910g e 1,1Kg, nos sabores tradicional, com pedaços de morango e de banana, contando ainda com uma opção zero açúcar.

Com layout moderno, as novas embalagens contam com um novo tom de roxo, mais vibrante, e um logotipo mais atraente, o que facilita o reconhecimento do produto. A nova identidade visual conta também com uma cor em gradiente específica para cada opção, sendo essas, respectivamente, verde, vermelho, amarelo e azul-claro. Esses elementos tribais remetem à região de produção do açaí, no Norte do país.

As mudanças surgem após um estudo de marca, feito para trazer melhorias para o produto, e que teve o relançamento impulsionado pela nova fórmula, que conta com um moderno sistema de estabilização pensado para proporcionar muita cremosidade ao produto, facilitando o boleamento. O Açaí Sport, junto de seus acompanhamentos, promove uma explosão de sabor para os consumidores e fãs da marca.

Para Rachel De Marchi, Diretora Comercial da De Marchi, a novidade reforça a qualidade dos produtos da empresa, que foi pioneira no mercado de fabricação e distribuição de Açaí. "Para nós, que já produzimos açaí há muito tempo, a atualização do produto reforça a nossa qualidade e, principalmente, o cuidado que temos com todos os nossos consumidores, sempre trazendo uma mensagem clara sobre a origem dos nossos ingredientes e reforçando seu valor energético, perfeito não só para o dia a dia, mas também para o consumo antes ou depois da prática de esportes. Por aqui, gostamos de dizer que *a energia nunca acaba*", comenta.





# A ENERGIA NUNCA ACABA

agora  
EM NOVAS  
Embalagens!

nova  
RECEITA  
+ saboroso  
Cremoso



Visite nosso stand  
na Superminas!  
Avenida B - N° 81 -  
Esquina com Rua 5



Experimente o  
novo Açai Sport!



DeMarchi

## Apresentando o Prato Fino Express

Rápido e completo como você nunca viu, com a qualidade que você já conhece. O Arroz Prato Fino inova com o lançamento do *Arroz Prato Fino Express*, uma nova linha de produtos instantâneos. A mistura de arroz e ingredientes desidratados visa atender consumidores que buscam uma refeição completa em meio às complexidades do dia a dia.

O produto chega para descomplicar a cozinha e ser uma opção além dos *fast foods*. Com o *Arroz Prato Fino Express* você tem uma refeição deliciosa e nutritiva em minutos.



### PRATICIDADE EXPRESS

Sabendo que o tempo é precioso, o Arroz Prato Fino traz a solução para quem busca uma refeição nutritiva, mas não tem tempo para cozinhar, seja no trabalho, em meio aos estudos ou até mesmo para quem não quer perder nenhum minuto do seu *game*. É compacto, leve e não exige refrigeração. Basta adicionar água fervente, esperar 5 minutos e está pronto. Rápido, fácil e sem louça para lavar.

### COMPLETO E COM QUALIDADE

Uma alimentação balanceada, aliada a 6 sabores únicos para satisfazer os paladares mais exigentes. São eles: Carne com Lentilha, Galinha Caipira, Feijoadinha, Canja de Galinha e os vegetarianos Cogumelo Shitake com Queijo e Tomate Seco com Queijo.

São utilizados ingredientes cuidadosamente selecionados e técnicas de desidratação avançadas para preservar todo o sabor e valor nutricional. O resultado é um produto fonte de fibras, proteínas e sem conservantes.

### SEM ESQUECER DA SUSTENTABILIDADE

Além de seu potinho ser reutilizável, o produto ainda conta com o selo *EuReciclo*, que garante a logística reversa das embalagens, assim como todos os produtos com embalagens plásticas da empresa. Além disso, mantém a essência do Arroz Prato Fino em contribuir para reduzir impactos ambientais e preservação do meio ambiente.

Atualmente, a busca pela saúde e economia de tempo movem o mundo, e pequenas soluções diárias são necessárias. O Arroz Prato Fino, com seu novo produto Express, traz uma ótima opção para quem busca não apenas uma refeição rápida, mas também bem-estar.



LANÇAMENTO  
ARROZ  
Prato Fino.  
**EXPRESS**

Rápido e completo como você nunca viu.  
Com a qualidade que você já conhece.



  
**SUPER MINAS**  
Food Show 2023

LANÇAMENTO EXCLUSIVO NA SUPERMINAS 2023

Visite nosso estande: Avenida C Número 97.

Em breve nas principais redes do Brasil.



FEIJOADINHA



ARROZ COM  
CARNE & LENTILHA



ARROZ COM  
TOMATE SECO & QUEIJO



ARROZ COM  
COGUMELO SHITAKE & QUEIJO



ARROZ COM  
GALINHA CAIPIRA



CANJA DE GALINHA



SAIBA MAIS

 /PRATOFINO

 /ARROZPRATOFINO

 WWW.PRATOFINO.COM.BR

 0800 644 7434

 contato@pirahy.ind.br

 (55) 3431-0300

## Gestão Engenharia inicia mais 3 grandes obras no setor supermercadista na Capital

A empresa Gestão Engenharia Sistemas de Coberturas iniciou as obras em três lojas da rede do Supermercados BH em Belo Horizonte. Ao todo, serão 20 mil m<sup>2</sup> de coberturas revitalizadas em apenas 60 dias. Estão sendo realizados o tratamento anti-corrosivo e a limpeza total das telhas metálicas para aplicação da impermeabilização e tratamento térmico com o nosso Sistema. Já nas calhas e paredes, com o objetivo de renovar a vida útil e a estanqueidade total, está sendo utilizado o nosso *GestFlex*. Para aumentar a luminosidade interna das lojas, estão sendo instaladas lentes de iluminação prismáticas sustentáveis. “Nós temos clientes em vários ramos de atividade, cada um com a sua solução personalizada: indústria alimentícia, aviários, centros esportivos e galpões logísticos. Com toda a experiência adquirida ao longo dos anos, já sabemos ao certo a necessidade do Setor Supermercadista e suas demandas, visando sempre o custo-benefício para a melhoria do imóvel e atendimento aos seus clientes, sem paralisar a atividade. É por isso que nos tornamos referência para soluções em coberturas no setor”, destacou o Diretor Comercial, Gustavo Percopo.

A Gestão Engenharia oferece, além de eficiência e economia, a garantia de 10 anos e condições comerciais especiais para os afiliados da AMIS.





# REVITALIZAÇÃO DE COBERTURAS



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

**1**

## **RECUPERAÇÃO DO TELHADO**

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

**2**

## **QUALIDADE E INOVAÇÃO**

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

**3**

## **SUSTENTABILIDADE**

O uso do telhado branco ajuda a preservar a natureza, impedindo que toneladas de CO<sub>2</sub> sejam emitidas ao meio ambiente.



[www.gestaoeng.com](http://www.gestaoeng.com)

 **31 99115-5275**  
[comercial@gestaoeng.com](mailto:comercial@gestaoeng.com)

## Água Mineral INGÁ comemora 50 anos e inova em suas embalagens

A Hidrobrás Águas Minerais do Brasil, mais conhecida como Água Mineral INGÁ, é uma das principais marcas do país nesse segmento, no qual atua desde 1973. Com respaldo de 50 anos de *expertise* no segmento de pesquisa e prospecção de águas minerais, a Hidrobrás oferece, com a INGÁ, uma água certificada internacionalmente e atendendo todas as exigências do mercado consumidor, seguindo um processo monitorado, desde a captação da água até a produção das embalagens utilizadas para envase de seus produtos.

Sempre em busca de INOVAÇÕES, a INGÁ, em parceria, trouxe para Minas Gerais um garrafão diferente, exclusivo, retornável, ecologicamente correto, na coloração VERDE, com tampa de rosca e praticidade ao abrir. Seu design, com alça, facilita o transporte e manuseio. Essa é uma tendência de embalagem que visa trazer para a sua residência ou comércio mais beleza na exposição do produto e diversão na hora de tomar sua água mineral.

Além dessa inovação, a INGÁ possui uma linha de embalagem diversificada, que vai do copo 200 ml, garrafas pet 330 ml, 510 ml, 1,5L, natural e gaseificada, 3 litros e 5 litros, atendendo aos mais diversos setores consumidores e revendedores.

Aliada à sustentabilidade, investimos na embalagem de vidro retornável, garrafa 300 ml, personalizada, apresentando sofisticação em seu design, posicionando a marca INGÁ como grife de bebidas não alcoólicas direcionada a um público de consumo consciente, sendo essa uma tendência mundial, que além de contribuir para o meio ambiente, conserva melhor suas propriedades.

Agradecemos à nossa grande rede de distribuidores e revendedores, por acreditar e escolher a nossa marca para essa grande e duradoura parceria.

**Água Mineral Ingá – para quem quer qualidade, desde 1973.**





água mineral

**INGA**

**50** anos

Para quem quer qualidade.

Até aqui nos ajudou o SENHOR.

**NOVO GARRAÇÃO  
EXCLUSIVO INGA**



**TAMPA DE ROSCA**

Mais praticidade  
ao abrir o garrafão,  
sem uso de qualquer  
material cortante



**ALÇA**

Novo design  
com alça facilitando  
o transporte



**FACILIDADE**

Facilita a instalação  
no bebedouro



**CONTATO SUPERMERCADISTA:**

[comercial@aguamininga.com.br](mailto:comercial@aguamininga.com.br)

**(31) 98737-8805**



Hidrobrás Águas Minerais do Brasil - (31) 3371-4000 - [www.aguamininga.com.br](http://www.aguamininga.com.br)

## Santa Laranja anuncia uma nova era de inovação no mercado de sucos

Localizada em Vespasiano (MG), somos uma empresa com 23 anos de história no mercado de sucos. Neste momento revelamos uma emocionante transformação de marca e produtos para continuar a proporcionar aos nossos clientes uma experiência de imagem e sabor inigualável.

Desde nossa fundação, em 2000, temos sido conhecidas por nosso compromisso com a qualidade e benefícios em cada gole de suco que produzimos. Hoje, estamos prontas para entrar em uma nova era de inovação, com mudanças significativas em seu visual e oferta de produtos.



### INSPIRADA NA NATUREZA

Nossa logomarca (Santa) foi cuidadosamente projetada para refletir a essência da empresa – o frescor e as inovações da fruta. A logomarca foi inspirada nas formas orgânicas de uma folha de fruta, destacando o compromisso da empresa com ingredientes naturais e sucos de alta qualidade.

### EMBALAGENS INOVADORAS E VARIEDADES DE TAMANHOS

Além da nova logomarca, estamos lançando uma gama de embalagens inovadoras e práticas para atender às necessidades dos nossos clientes. Os sabores laranja, uva e limão estarão disponíveis nos seguintes tamanhos: 300 ml, ideal para um refresco rápido e prático; 450ml, perfeito para compartilhar ou para uma pausa mais longa; 900 ml, tamanho familiar, para todos os momentos; 1,5 litros, ótimo para festas e encontros com amigos e familiares, e o 5 litros, uma solução conveniente para grandes celebrações e eventos.

Além das mudanças emocionantes nas embalagens e tamanhos, estamos lançando os sabores de uva e limão nos mesmos tamanhos mencionados, permitindo que os clientes desfrutem da

qualidade e do sabor oferecido pela empresa em sua linha de produtos.

A nova identidade visual e a expansão da linha de produtos estarão disponíveis nas lojas a partir de dezembro. Estamos ansiosos para compartilhar essa emocionante jornada com nossos clientes e parceiros de negócios. Somos uma empresa líder na indústria de sucos, dedicada a oferecer sempre o melhor e mais delicioso produto aos nossos clientes. Com 23 anos de experiência, mantemos um compromisso inabalável com a qualidade.

### FALE COM A GENTE:

santalaranja.com.br  
31 3621 2808





Santa Laranja comemorando seus 23 anos, com novos rótulos, novas embalagens 300ml, 450ml, 900 ml, 2 L, 5 L e novos sabores. Aguardem!



Adoro



@santalaranjaoficial / santalaranja.com.br 31 3621 2808

Seja nosso distribuidor



## Porto Alegre Se já era o iogurte favorito, imagina agora

De olho no mercado de produtos saudáveis, que cresce a cada dia, lançamos a versão desnatada do nosso iogurte natural. Ele também é delicioso, só que ainda mais leve, com teor de gordura abaixo de 0,5%. São dois tamanhos – 160 g e 480 g –, para você ter mais opções de venda.

Um lançamento imperdível, para você oferecer aos consumidores que buscam variedade e novidades no universo de alimentos com foco na saúde, bem-estar e vida ativa.

Assim como o iogurte natural integral, o iogurte desnatado tem apenas dois ingredientes: leite e fermento. Nada artificial. É rico em proteínas, cálcio e vitaminas do complexo B, C e D.

Vai bem no lanche, em molhos e em várias receitas. Experimente!





**Leve e  
gostoso  
como a vida  
tem que ser.**



**LANÇAMENTO**



**2 Ingredientes.**  
Apenas leite e fermento!

Aumentamos nossa família pra você aumentar suas vendas. Nosso iogurte natural ganhou a versão desnatada, com um menor percentual de gordura. E as duas versões têm apenas dois ingredientes. Experimente colocar na sua gôndola!

CÓD.	ITEM	QUANT. CX	NCM	EAN	VAL.	PALETIZAÇÃO
808734019	iogurte natural desnatado pote 160g	24 potes	04.03.20.00	789.61.223.0230-5	45	110
808734020	iogurte natural desnatado pote 480g	12 potes	04.03.20.00	789.61.223.0303-6	45	80
808734017	iogurte natural integral pote 160g	24 potes	04.03.20.00	789.61.223.0225-1	48	110
808734018	iogurte natural integral pote 480g	12 potes	04.03.20.00	789.61.223.0272-5	48	80



## Mel Santa Bárbara lança pasta de amendoim integral com mel

Uma das marcas de mel mais confiáveis e renomadas do Brasil, Mel Santa Bárbara anuncia o aguardado lançamento da Pasta de Amendoim Integral com Mel. Este novo produto reafirma o compromisso da empresa em fornecer opções de alta qualidade e sabor excepcional aos consumidores há mais de 40 anos.

### APENAS DOIS INGREDIENTES PARA A EXCELÊNCIA

A deliciosa Pasta de Amendoim Integral com Mel é composta por apenas dois ingredientes: amendoim torrado e mel puro. Livre de aditivos, aromatizantes e conservantes, os consumidores podem confiar na pureza de cada colherada.



### SABOR LEVE PARA UM ESTILO DE VIDA SAUDÁVEL

Desenvolvida com um compromisso com a saúde e o bem-estar, a Pasta de Amendoim Integral com Mel foi cuidadosamente formulada para atender ao público preocupado com sua alimentação. Seu sabor leve e natural é um convite para aqueles que buscam uma alternativa nutritiva e saborosa para seus lanches diários. Uma ótima fonte energética e perfeita para quem busca um estilo de vida saudável.

### CREMOSIDADE QUE ENCANTA

Uma das características mais notáveis da Pasta de Amendoim Integral com Mel é a sua textura incrivelmente cremosa. O cuidado empregado no processo de produção resultou em uma consistência suave, que derrete na boca, tornando-a perfeita para ser espalhada em torradas, frutas ou simplesmente apreciada com uma colher.

### TRADIÇÃO E INOVAÇÃO

A Mel Santa Bárbara tem uma longa história de mais de quatro décadas de dedicação à qualidade do mel oferecido aos consumidores brasileiros. Com o lançamento da Pasta de Amendoim Integral com Mel, a marca expande sua excelência e compromisso em fornecer produtos excepcionais e confiáveis, mantendo-se atualizada com as necessidades e constante evolução dos consumidores.

### NOTA MÁXIMA EM CONCURSO INTERNACIONAL – PRODUTO EXCEPCIONAL

Em 2023, o mel da marca foi classificado como produto excepcional em concurso realizado em Bruxelas, na Bélgica. O concurso Superior Taste Award tem como foco avaliar o sabor e reconhecer os melhores produtos do mundo. A análise é feita por *chefs* e *sommeliers* renomados do mundo todo. O mel da empresa conquistou três estrelas, sendo o único mel brasileiro a conquistar a nota máxima.



# CONHEÇA SUA NOVA PASTA DE AMENDOIM INTEGRAL COM SEU *mel* FAVORITO.

Celebre 40 anos de sabor e qualidade com a Mel Santa Bárbara e surpreenda-se com essa super novidade! *Experimente!*

- ✓ Feito com mel de verdade
- ✓ Sem aromatizantes
- ✓ Sem adição de açúcares
- ✓ Apenas 2 ingredientes



Prêmio de excelência internacional.



(31) 98647.1053

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



Desde 1983

## A Pachá apresenta um novo produto em sua linha de alimentos: Purê de Batata Instantâneo

A marca Pachá Alimentos foi criada em 1990, na cidade mineira de Contagem. Qualidade e excelência sempre fizeram parte do seu processo de fabricação para o mercado nacional e, agora, a marca conta com o mais novo integrante na sua linha, que entrega a máxima cremosidade e sabor – o Purê de Batata Pachá. A novidade é deliciosa e promete um preparo incrivelmente simples.

A Pachá garante a confiança dos seus parceiros entregando produtos que reúnem nutrição e praticidade graças à sua estrutura completa, equipada com maquinários de última geração. A sua missão é ser uma empresa que atenda e supere as exigências do mercado, assegurando desenvolvimento por meio da participação de todos os seus colaboradores, clientes e fornecedores, assim como proporcionar bem-estar aos consumidores em todas as suas refeições.

Cada pessoa que integra a família Pachá oferece o seu cuidado e carinho para com os alimentos. A marca possui um compromisso com a qualidade, que se desdobra em um trabalho diário de dedicação para fazer produtos cada vez melhores e diferenciados no mercado, com uma logística baseada na agilidade. Não deixam de priorizar, é claro, o cuidado com a segurança alimentar, respeitando o cliente, as leis e a sociedade como um todo.

Sua preocupação com o diferencial dos seus alimentos fez a marca chegar na melhor combinação de ingredientes para o novo produto, que garante receitas deliciosas! O sabor e cremosidade do caseiro unido à praticidade: esse é o propósito do Purê De Batata Pachá. Seu preparo é rápido, ficando pronto em 2 minutos e necessitando apenas de água; já contém leite, para que fique na consistência certa, além de um sabor irresistível.

Disponível nas quantidades de 200g e 800g, o purê é o acompanhamento ideal para qualquer prato, como também pode ser a estrela principal. É só soltar a criatividade e dar um toque especial com temperos frescos.

A Pachá oferece, tradicionalmente, os melhores sabores para que você aproveite os melhores momentos à mesa.





Lançamento!



**Fácil de vender  
e de preparar!  
Purê de Batata  
Pachá!**



**Creiosidade  
e sabor caseiro  
que rendem muito!**



Mais de 33 anos  
no mercado.



Mix completo de derivados  
de milho, farináceos,  
pipocas, amendoins,  
farofas e grãos especiais.



Logística e distribuição  
próprias.



Marca reconhecida  
pelos consumidores.

## Melbras lança nova linha de própolis

Com diversos prêmios e certificações, a Melbras é uma empresa que atua há 13 anos no mercado de mel. Possui um portfólio completo na categoria de produtos apícolas, como méis orgânicos, méis convencionais, própolis (gotas e spray) e derivados. As própolis verdes vieram para agregar valor ao nosso *mix*, proporcionando ainda mais saúde e qualidade de vida aos consumidores, além de oferecer uma solução de alta saudabilidade na categoria de produtos naturais para os varejistas.

### BENEFÍCIOS DAS PRÓPOLIS VERDE

O Extrato de Própolis Verde Melbras possui duas apresentações: a solução em álcool e a solução aquosa, desenvolvida para atender consumidores que possuem alguma restrição ao uso do álcool.

Ambos possuem concentração de 11% de extrato e são produzidos a partir do Alecrim do Campo. Possuem diversos benefícios para a saúde, como ação antioxidante, anti-inflamatória, antiviral e bactericida. Aumentam a imunidade e auxiliam na cicatrização.

O Extrato de Própolis Verde Melbras pode ser usado diariamente, diluindo-se 30 gotas em água, suco, mel ou outras bebidas de sua preferência.

### MELBRAS - O MEL DO BRASIL

Avenida Um, 317, Alegre, Timóteo - Minas Gerais. Contato: 31 3849 2353.







# MELBRAS

mel do Brasil

Maior  
Exportadora  
de Minas  
Gerais



**Venham nos visitar na SuperMinas 2023**

e descubra o sabor do sucesso com a Melbras! **Pavilhão Minas, 2º nível, F38.**

📍 Av. Um, 317. Alegre . Timóteo . Minas Gerais . Brasil . CEP 35.181-000

🌐 [www.melbras.com.br](http://www.melbras.com.br) 📱 [melbrasoficial](https://www.instagram.com/melbrasoficial) ☎️ 31 3849-2353

## O suporte que seu o negócio precisa, com a confiabilidade e segurança Amapá

Em seus 40 anos de história, a Amapá já apoiou milhares de empreendedores em todos os estados brasileiros e em vários países da América Latina. Em sua essência, sempre esteve presente o olhar inovador, instigado pelos desafios dos clientes. É isso que a impulsiona a investir em tecnologia para desenvolver soluções que atendam as demandas dos negócios que utilizam recursos de exposição e armazenagem. Em 2023, a Amapá lança a SUPRA, sua marca para projetos completos de exposição e armazenagem e que oferece soluções flexíveis, do jeito que cada negócio precisa. Os projetos são sob medida, se adaptando perfeitamente às necessidades específicas de cada empreendimento, sempre com inovação e alta tecnologia, para garantir durabilidade e segurança em cada montagem.

“Seja uma rede supermercadista ou um centro logístico, o cliente pode contar com o atendimento da nossa equipe em todo o território nacional. O nosso foco é ser parceiro do cliente em todas as etapas, do projeto até a entrega da loja. Para isso contamos com um time de especialistas qualificados, experientes e apaixonados pelo que fazemos”, exalta Alfredo Lage, CEO da Amapá.

Outra importante característica da Supra é que cada projeto é personalizado e criado em conjunto com o cliente, para atender todos os seus desejos e requisitos. “Qualidade, possibilidade de personalização e ótimo custo-benefício. É o que todo empreendedor busca ao investir em organização, exposição e armazenagem para o seu negócio. É o que a SUPRA entrega”, finaliza Lage.

**Acesse [suprainstalacoes.com.br](https://suprainstalacoes.com.br) e conheça mais sobre as soluções que a Supra traz ao mercado de atacado, varejo e armazenagem de médio e grande portes.**







**É COMPLETA.  
DO PROJETO  
À INSTALAÇÃO.**

ATACADO, VAREJO E ARMAZENAGEM  
DE MÉDIO E GRANDE PORTES

**SOLUÇÕES COMPLETAS E  
PERSONALIZADAS DO JEITO  
QUE O SEU NEGÓCIO PRECISA.**

**CONFIABILIDADE E  
SEGURANÇA AMAPÁ**

SUPRA É UMA MARCA AMAPÁ,  
REFERÊNCIA EM ORGANIZAÇÃO,  
EXPOSIÇÃO E ARMAZENAGEM  
HÁ 40 ANOS.

**CONTE COM NOSSOS  
ESPECIALISTAS**

ATENDIMENTO EM TODO O PAÍS,  
COM INTELIGÊNCIA LOGÍSTICA E  
COMPROMISSO COM O PRAZO

 (37) 99801-5203

 (37) 3381-1110



## Di Prima. Carnes selecionadas, sabor e praticidade em todos os momentos

Prima Foods S.A. é a nova denominação do Mataboi Alimentos, um dos frigoríficos mais tradicionais no abate de bovinos e comércio de carnes do Brasil, que há mais de 70 anos destaca-se pelo reconhecimento de seus clientes.

A Di Prima é a marca de cortes especiais da Prima Foods, desenvolvida para os mais exigentes paladares e especialmente selecionada para garantir a maciez da carne, sua suculência e o sabor especial.

Di Prima tem história e oferece uma linha de produtos completa. Confira os últimos lançamentos:

**Coxão mole:** carne com pouca gordura, indicada para bifês e *stroganoff*. É também uma excelente alternativa para o churrasco, podendo ser apreciada grelhada, pela sua maciez e suculência.

**Lagarto:** possui fibras longas, magras, sem marmoreio. É bastante consumido em nossa culinária por sua versatilidade, podendo ser cortado em tiras finas e cruas para o preparo do *carpaccio* e até mesmo para saborosos assados.

**Miolo da Paleta:** corte extremamente macio e saboroso. Possui pouca gordura, sendo indicado para assados, grelha, frigideira e cozidos.

**Patinho:** é uma carne magra, de fibras macias e pouca gordura. Além de saborosa, é muito nutritiva, sendo indicada para bifês e picadinhos, podendo também ser utilizada no preparo de carne moída.

Todos os produtos são embalados a vácuo, garantindo maior conservação, frescor, higiene, sabor e manutenção dos nutrientes. Tudo isso para garantir uma experiência *premium* para os consumidores.

Di Prima, não pode faltar na sua loja. Conheça mais sobre os produtos, dicas e receitas através do site [www.primafoods.com.br](http://www.primafoods.com.br).





# QUALIDADE E TRADIÇÃO QUE NÃO PODEM FALTAR NA SUA LOJA.



CORTES COM ALTO PADRÃO QUE IRÃO  
CONQUISTAR O PALADAR DE SEUS CLIENTES.



[WWW.PRIMAFOODS.COM.BR](http://WWW.PRIMAFOODS.COM.BR)

*Di Prima*  
CARNES SELECIONADAS

## Sabor da Serra apresenta mais um lançamento: Cream Cheese!

No ano em que completa 30 anos de história, o **Laticínios Sabor da Serra** lança, em primeira mão, mais um produto com a qualidade que já é referência em Minas Gerais e em todo o Brasil. A novidade da vez é o **Cream Cheese**, em embalagem de 180g (pote) e 1,2Kg (bisnaga).

Produto com alto teor de proteínas, com textura extremamente cremosa e elaborado a partir de leite, nata e outros ingredientes nobres, compõe agora a diversidade de produtos da marca, que já possui Manteiga, Requeijão (tradicional, *light* e sabores), Creme de Ricota (tradicional e sabores), Cheddar (bisnaga), queijos e muito mais.

Entendendo a necessidade e atendendo a pedidos de supermercados, redes varejistas e, principalmente, dos consumidores, o Laticínios Sabor da Serra traz mais essa proposta e mostra que está em sintonia com a tendência de mercado, em um movimento de crescimento constante.

A previsão é que o **Cream Cheese Sabor da Serra** esteja nas gôndolas a partir de janeiro de 2024, para que os consumidores finais possam provar mais essa delícia.

Ficou com água na boca? Esse produto promete ser um sucesso de vendas!







Opções para deixar sua gôndola  
mais completa e com  
 **muito mais sabor!**

Marca referência  
em sabor e qualidade!





Conheça  
nossos produtos



Fale com nosso time comercial: (32) 99128-7505

Siga o Sabor da Serra nas redes sociais:

  [sabordaserramg](#)



## Anjos da Guarda Olhos de Anjos: tecnologia com inteligência artificial em rede integrada de segurança

O Grupo Anjos da Guarda lança, na Superminas 2023, de 17 a 19 de outubro, em Belo Horizonte (MG), o sistema *Olhos de Anjos*. A iniciativa prevê a instalação de totens que possuem câmeras com inteligência artificial embarcada integradas ao Centro Integrado de Controle de Operações e Monitoramento (CICOM).

O uso da inteligência artificial é o grande diferencial desse sistema. Com as tecnologias embarcadas, será possível realizar análises criteriosas do ambiente, possibilitando, entre outros benefícios, a detecção de atitudes suspeitas, leitura de placas veiculares com integração aos sistemas de segurança pública, alerta de veículos com restrições (furto e roubo), detecção de invasão de perímetro (cerca virtual) e perambulação (movimentações atípicas no perímetro).

Além disso, a equipe do CICOM realiza a análise e tratativas das ocorrências, mitigando os riscos no local. Detectadas anormalidades que tenham repercussão na segurança pública, as imagens serão fornecidas compulsoriamente para as polícias militar e civil.

“Optamos pelo lançamento do projeto na Superminas 2023 porque entendemos que essa é uma oportunidade ímpar para apresentarmos aos empresários do setor o que há de mais moderno em tecnologia. Sem dúvida, será algo fundamental e que vai impactar as vendas no mercado varejista, trazendo mais segurança àqueles que estão próximos aos estabelecimentos”, destaca o fundador e CEO do Grupo Anjos da Guarda, Afonso Oliveira.

### TECNOLOGIA

O sistema *Olhos de Anjos* é voltado para condomínios, empresas e estabelecimentos comerciais próximos que queiram criar uma rede de apoio de segurança. “A meta é estabelecer uma rede de proteção colaborativa entre clientes e parceiros da Anjos da Guarda, utilizando pontos estratégicos para acompanhamento do entorno do perímetro. O CICOM fará o monitoramento da rede integrada, fortalecendo a cultura de segurança, aumentando a confiança e a sensação de proteção aos cidadãos”, assegura Vannessa Castro – Gerente de Comunicação do Grupo Anjos da Guarda. Entre os benefícios do sistema, destacam-se a promoção de um ambiente protegido, o fortalecimento da cultura de segurança na região e a tranquilidade para moradores, funcionários e clientes dos estabelecimentos comerciais. Referência no setor de segurança em BH, o Grupo Anjos da Guarda vai comemorar 36 anos de atividades em dezembro. Conta com mais de 1.600 colaboradores diretos e atua em toda a região de Minas Gerais. Tem sede em Belo Horizonte e unidade em Betim.



# SEGURANÇA PREVENTIVA DE PATRIMÔNIO E DE PESSOAS



## Serviços

### Vigilância Patrimonial

Análise de Vulnerabilidades  
Diagnóstico de Segurança

### Porteiros e Manobristas

Profissionais treinados e contratados  
conforme CLT

### Segurança Eletrônica

Elaboração de projetos de segurança  
com uso de alta tecnologia

### Olhos de Anjos

Rede colaborativa de segurança  
para monitoramento de áreas de  
acesso comum

## Nossos Diferenciais



### Conhecimento Especializado

Equipe submetida à criteriosos  
treinamentos e corpo gestor qualificado.



### Agilidade e Adaptabilidade

Entendimento e pronta resposta às  
demandas dos nossos clientes.



### Atendimento Personalizado

Atendimento próximo que permite  
construção de parcerias duradouras.



### Inovação Ágil

Constante evolução e melhorias nos  
processos através da tecnologia.



Ativa e Inteligente



31 3282-6567



contato@anjosdaguarda.com.br



www.anjosdaguarda.com.br



Rua Germano Torres, 42 Carmo  
Belo Horizonte - MG



## Temperatta lança linha de molhos cremosos de alta qualidade

Com muito entusiasmo, a Temperatta está lançando uma linha de molhos cremosos de alta qualidade e com uma variedade de sabores deliciosos, criados especialmente para elevar a sua experiência gastronômica em diversos pratos. Cada sabor foi cuidadosamente desenvolvido para complementar uma ampla gama de pratos, proporcionando uma explosão de sabores que fará os paladares mais exigentes se apaixonarem.

### **MOLHO DE ALHO COM PIMENTA**

Perfeito para dar um toque picante e aromático a pratos como frango grelhado, frutos do mar e vegetais assados.

### **MOLHO DE ALHO DEFUMADO**

Ideal para carnes grelhadas, hambúrgueres e batatas assadas, ele adiciona um toque de fumaça irresistível a qualquer prato.

### **MOLHO DE ALHO AMANTEIGADO**

Sua suavidade complementa perfeitamente massas frescas, risotos e legumes cozidos no vapor.

### **MOLHO DE ALHO E ERVAS FINAS**

Use-o para realçar o sabor de peixes grelhados, saladas e pratos de massa.

### **MOLHO DE ALHO COM LEMON PEPPER**

O molho de alho encontra o toque cítrico; é uma escolha maravilhosa para frango assado, frutos do mar grelhados e pratos vegetarianos.

### **MOLHO DE ALHO FRITO**

O alho é frito até ficar dourado e crocante. Perfeito para mergulhar batatas fritas, bolinhos e outras delícias fritas.

### **MOLHO DE TOMATE SECO**

Use-o como molho para massas, cobertura de pizza ou para realçar o sabor de sanduíches e *wraps*.

### **MOLHO DE PIMENTA VERDE**

A frescura da pimenta verde é o destaque deste molho, que é ótimo para carnes vermelhas grelhadas, saladas de verão e pratos de frango.

### **MOLHO DE PICLES**

Com um sabor agridoce e levemente picante, este molho de picles é perfeito para sanduíches, cachorros-quentes e como condimento para dar um toque especial aos pratos.

### **MOLHO DE CEBOLA, ALHO E SALSA**

É ótimo para adicionar a pratos de carne, vegetais ou como um molho para mergulhar.

### **MOLHO PIMENTA DEFUMADA**

Experimente-o em carnes grelhadas, tacos e pratos mexicanos para um toque defumado irresistível.

### **MOLHO BARBECUE**

Nosso molho barbecue é uma explosão de sabor defumado, doce e picante, perfeito para carnes grelhadas, costelas, asas de frango.







**LINHA ESPECIAL**

# MOLHO CREMOSO



(31) 99973-1931

@temperatta

temperatta.com.br





## Bad Wolf Energy Drink – sabor original relançado

Estamos relançando no mercado o *Bad Wolf Energy Drink*, o energético 100% capixaba do Grupo Coroa, agora em nova embalagem. A proposta é reforçar a identidade do amarelo e preto, trazendo um *design* forte, mantendo os elementos centrais da estética anterior, mas em uma abordagem mais sóbria.

O *Bad Wolf* traz a qualidade que só uma empresa de bebidas sólida, com 90 anos, pode garantir a um produto, conectada com um sabor marcante e com personalidade, como todos os produtos do Grupo Coroa. Não por acaso, quem bebe o “Bad” sabe: é o melhor energético de todos. Porque, além do sabor, ele traz equilíbrio entre o gás e o açúcar, na medida certa. E, claro, com energia de verdade.

### BAD WOLF SABORES!

A novidade não para por aí. Junto da nova roupagem do *Bad Wolf Original*, vêm novos sabores! Estamos lançando:

#### • BAD WOLF TROPICAL

*O frescor que o clima brasileiro pede, traduzido em uma explosão de sabor marcante de frutas cítricas como laranja, maracujá e abacaxi. Perfeito para drinks, alcoólicos ou não.*

#### • BAD WOLF MELANCIA

*A melancia fresquinha e gelada vem no primeiro gole. Suave e delicioso, é ideal para acompanhar o seu almoço, seus exercícios, sua balada. Melancia vai bem com tudo!*

#### • BAD WOLF MAÇÃ-VERDE

*A combinação perfeita entre o “azedinho” e o adocicado, que só a maçã-verde traz. Tem sabor nostálgico e contemporâneo, ao mesmo tempo. Leve, refrescante e democrático: todo mundo vai amar.*

Todos os sabores estarão disponíveis nas garrafas *pet* de 270 ml, 1 L e 2 L, e na lata de 269 ml. Em breve, nos melhores mercados da Grande Vitória, Sul da Bahia, Leste de Minas Gerais e Norte do Rio de Janeiro. O produto está sendo produzido em nossas fábricas em Domingos Martins – ES, e em Itabuna, na Bahia.



  
**COROA**

Desde  
1933

**O Grupo Coroa  
agora está em BH!**



Conheça a qualidade que só os 90 anos  
do Grupo Coroa pode garantir.



**LANÇAMENTO**



## Castelo comemora 118 anos com a promoção “TEMPERE A VIDA COM CASTELO”

A Castelo Alimentos, maior empresa de vinagres da América Latina e referência em temperos e conservas, acaba de lançar a promoção “Tempere a vida com Castelo”, que entre os dias 02 de outubro e 31 de dezembro de 2023 sorteará seis viagens, prêmios instantâneos no valor de R\$ 200,00 e um carro zero quilômetro ao final da ação. A campanha celebra os 118 anos da Castelo, comemorados no mês de outubro, e registra mais um ano da marca centenária presente nos lares brasileiros.

A empresa não só acompanha as tendências, trazendo novidades para os pontos de vendas, como também valoriza essa parceria para que ela seja duradoura. A marca leva tempero às gôndolas e oferece todo o suporte para que o *sell-out* seja garantido. Para os varejistas, este período promocional da Castelo é uma oportunidade estratégica, que estimula o aumento do consumo de seus produtos promocionais como vinagres, molhos e temperos.

A campanha tem ainda o potencial para incentivar a retenção de consumidores que procuram as lojas para adquirir os produtos da ação, além de aumentar o fluxo e visibilidade dos pontos de vendas (PDVs), que contarão com mais produtos adicionados à cesta de compras dos clientes para garantirem a participação na promoção.

Para participar da promoção, o consumidor deverá adquirir dois produtos Castelo, no mesmo cupom fiscal, e cadastrar seus dados pessoais e do comprovante de compras no site [www.promocastelo.com.br](http://www.promocastelo.com.br). Os que optarem por contar com sorte extra poderão comprar e cadastrar produtos Castelo, como sumo de limão, molhos para salada e vinagres naturais e orgânicos, que renderão números da sorte em dobro nos sorteios.

Uma campanha de mídia robusta e multicanal, com ações específicas para pontos de vendas, anúncios na televisão, no rádio e nas redes sociais, com publicidade *on-line*, será executada. Para os PDVs, a Castelo fornecerá um rico material gráfico, contendo *take one*, *stopper*, plástico forração, régua de gôndola, cubo, gargaleira, *wobbler*, selo nos produtos e contrarrótulo promocional, todos com a identidade visual da campanha.

**PROMOÇÃO  
TEMPERE  
A VIDA COM  
CASTELO**

A RECEITA PRA  
TRANSFORMAR A  
ROTINA TEM QUE  
TER CASTELO!

**CASASTRE-SE  
AGORA!**

E agora, para deixar essa experiência culinária ainda melhor,  
Castelo tem uma ferramenta para você vender ainda mais!



# PROMOÇÃO TEMPERE A VIDA COM CASTELO

A RECEITA PRA  
TRANSFORMAR A  
ROTINA TEM QUE  
TER CASTELO!

Superferramenta para esquentar  
as vendas. Confira!

- ✓ Grande oportunidade de fidelizar o consumidor.
- ✓ Gera mais fluxo para a loja e traz visibilidade para o PDV.
- ✓ Oportunidade de aumento de produtos na cesta de compra.

TODO DIA

R\$ 200\*

E CONCORRA A

6 VIAGENS\*\*

NO FINAL

1 CARRO  
0 KM\*\*

PERÍODO:  
DE 2.10.2023 A 31.12.2023

## Divulgação:

MPDV atraente e completo para sua loja.



## Na mídia:



Ações de merchandising nacionais e breaks regionais.

+ divulgação intensa no  
Google e nas redes sociais:



## Fácil participação:



BASTA O CONSUMIDOR  
EFETUAR A COMPRA DE  
2 PRODUTOS CASTELO



E CADASTRAR EM  
PROMOCASTELO.COM.BR

PRODUTOS  
QUE DOBRAM  
AS CHANCES  
DE GANHAR:

SUMO DE LIMÃO,  
MOLHOS PARA SALADA,  
VINAGRES NATURAIS E  
VINAGRES ORGÂNICOS

Promoção válida de 02/10/2023 a 31/12/2023. Consulte regulamentos, condições de participação e Certificados de Autorização em PromoCastelo.com.br

\*Prêmio entregue em cartão virtual sem função de saque/transferência. \*\*Prêmios entregues em certificados de ouro. Imagens ilustrativas.



# DIVERSIDADE, TENDÊNCIAS E oportunidades dos lácteos

CONSIDERADA A MAIOR BACIA LEITEIRA DO BRASIL, MINAS DESTACA-SE TAMBÉM PELA LIDERANÇA DA INDUSTRIALIZAÇÃO, DIVERSA E CHEIA DE OPORTUNIDADES PARA O SUPERMERCADO

Dayane Lima

**N**o estado que mais produz leite no Brasil (cerca de 25% do leite brasileiro) são produzidos praticamente, ou totalmente, os seus derivados, desde o leite em pó, leite fluido, manteiga, requeijões, queijos tradicionais, queijos finos, sobremesas lácteas, iogurtes, *whhey protein* e muito mais. Tudo começou com a vinda de comitivas originadas de São Paulo para explorar o interior de Minas Gerais, no século XVIII, à procura de ouro e diamante, quando os bandeirantes,

como eram conhecidos naquela época, deram início à produção de leite e queijo na região.

Hoje, o estado tem uma grande participação na produção nacional de leite e seus derivados. Segundo dados do Sindicato da Indústria de Laticínios do Estado de Minas Gerais (Silemg), Minas produziu 9,4 bilhões de litros de leite em 2022, 25% da produção brasileira. Somos, no ranking mundial de produção leiteira, o 16º maior “país” produtor.



Acima, repare na grande extensão de gôndolas refrigeradas dedicadas a produtos lácteos; na página ao lado, jovem desgusta uma deliciosa coalhada e uma criança, o tradicional copo de leite



A produção mineira de leite atingiu no ano passado 448 litros *per capita*/ano, mais que o dobro da quantidade mínima de consumo recomendada pela Organização Mundial da Saúde, que é de 200 litros por habitante/ano. Em 2020, segundo o IBGE, o número de vacas ordenhadas em Minas era de 3,122 milhões. Com o aprimoramento dos sistemas de produção de leite e a melhoria genética, o número tem caído ano após ano.

Segundo o Diretor executivo do Silemg, Celso Costa Moreira, Minas Gerais tem mais de 1000 estabelecimentos instalados, entre postos de resfriamento, usinas de beneficiamento e fábrica de laticínios. Aqui são produzidos praticamente todos os derivados do leite. São 216 mil propriedades rurais que produzem leite e empregam mais de 1 milhão de pessoas na cadeia, representando ¼ da produção do leite brasileiro.

#### **VARIEDADE AGRADA**

A indústria de laticínios continua a inovar, oferecendo uma variedade de produtos lácteos como iogurtes, queijos, leite com baixo teor de gordura e leites alternativos à base de plantas. Essa diversidade de opções tem o objetivo de atrair um público mais amplo, que busca alimentos saudáveis e práticos.

Os produtos lácteos se enquadram entre os alimentos com encaixe perfeito para um importante conceito da área da nutrição. “O melhor alimento é aquele que agrada ao paladar e traz benefícios à saúde”, afirma o Diretor Executivo do Silemg, Celso Costa Moreira.

Para se ter uma ideia, o mercado de laticínios tem muito a oferecer no quesito variedade: leites aromatizados; de origem animal ou vegetal; produtos sem lactose; queijos de todos os tipos, desde os mais magros aos mais sofisticados; creme de ricota; iogurte natural; leite fermentado; requeijão cremoso, tradicional ou de ervas finas. Enfim, tem de tudo, e para todos os gostos. Para atender a essa demanda, o supermercadista precisa ficar atento às novas mudanças e inovação desse nicho.





logurte e granola, uma combinação que casou bem com a tendência de cuidados com a saúde que cresce entre os consumidores

### EM ACELERAÇÃO

De acordo com pesquisas realizadas pela Kantar, o consumo fora do lar vem se acelerando gradativamente. No Q2'23 (O Consumer Insights é um relatório trimestral que traz as principais movimentações do setor de consumo massivo nos últimos três meses), alcançou patamar superior ao período pré-pandêmico.

Esse movimento gera novas oportunidades para a categoria: enquanto o consumidor consome categorias de lácteos por hábito dentro de casa, pratos correlacionados com queijos, como pizzas, pastéis, hambúrgueres e até mes-

mo refeições, ganham relevância, puxado por fatores indulgentes.

Outra oportunidade está em leites aromatizados, que vêm aumentando seu volume desde a retomada de aulas presenciais. Para aproveitar essas oportunidades, é essencial que a indústria ofereça soluções para canais transformadores e reforcem sua presença em canais para o consumo fora do lar, como o pequeno varejo, padarias e bares.

### SORTIMENTO MAIOR

“Nos últimos anos, observamos aumento no sortimento de lácteos de forma geral. Tanto a indústria quanto o varejo vêm acompanhando as necessidades do consumidor e adequando-se a elas. Com a pandemia e a necessidade de maior indulgência dentro do lar, o varejo “escutou” o consumidor e passou a oferecer mais tipos de queijos, principalmente os especiais. “Ainda há desafios, mas sem dúvida o varejo está ‘elevando o patamar’ da categoria”, afirma o Gerente de Novos Negócios da Kantar, Matheus de Macedo.

Além de ser o “queridinho” dos mineiros, o queijo é um dos alimentos mais consumidos da categoria dos laticínios. De acordo com a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), do IBGE, eles perdem apenas para o leite, representando quase 10% dos lácteos consumidos no País. O brasileiro consome, em média, 2,2 quilogramas de queijo por ano. Na distribuição nacional, a região Sudeste se destaca com o maior nível de consumo (2,8 kg/hab/ano), seguida pela região Sul (2,6 kg/hab/ano), destaca o IBGE.

### SUGESTÕES DA GÔNDOLA

Além do queijo, outros produtos também se destacam. Mas como identificar a melhor forma de expor e para quais deles dar o maior destaque? A Revista GÔNDOLA buscou algumas dicas valiosas e vai compartilhar com seus leitores a melhor forma de destacar esses produtos.

Segundo Gustavo de Rezende Jardim, Consultor e Instrutor da AMIS em cursos de marketing aplicado ao varejo, o primeiro passo na constru-





Conheça os irresistíveis lançamentos da **São Vicente!**

**REQUEIJÃO CREMOSO**



**REQUEIJÃO CREMOSO  
SABOR CHEDDAR**



Descubra como os nossos requeijões fazem a diferença:

- ✓ **ALTAMENTE FORNEÁVEIS**
- ✓ **LIVRES DE AMIDO E GORDURA VEGETAL**
- ✓ **SABOR INCOMPARÁVEL**
- ✓ **MELHOR CUSTO-BENEFÍCIO**
- ✓ **TEXTURA CREMOSA**







A diversidade dos produtos derivados do leite é enorme

ção de uma boa estratégia de exposição é o alinhamento com o comportamento dos *shoppers* (compradores). A gôndola deve refletir o modo como o *shopper* toma sua decisão de compra. Se para o consumidor de uma categoria a marca é o primeiro fator que ele leva em consideração, é fundamental que a gôndola esteja organizada por marca.

Na categoria de requeijões, por exemplo, a marca é uma variável importante para o *shopper* durante o processo de compra e, por isso, a exposição deve estar organizada por bloco de marca, em seguida por tamanho e depois por tipo. Já na categoria de queijos, em virtude de haver uma grande oferta de marcas regionais, a seção deve estar organizada primeiramente por tipo.

### HIERARQUIA

O ideal é possuir a marca líder de mercado, uma concorrente da líder e uma marca de preço; porém, a análise deve ser feita caso a caso, podendo haver uma maior oferta de produtos de preço *premium*, intermediário ou de entrada, em virtude do perfil de clientes da loja.

Na rede Center Pão, com sede em Montes Claros, no Norte de Minas, os produtos são organizados por grupos, obedecendo as seguintes categorias: queijos tipo provolone; queijos regulares;

queijos zero lactose; queijos mais finos e outros laticínios. A ideia é sempre manter o mínimo de três marcas para cada categoria, de maneira que o consumidor final tenha opções de escolha.

### LIGHT E SEM LACTOSE

Com foco na necessidade do cliente, o Center Pão busca trabalhar uma maior variedade de versões desses produtos, como *light* e zero lactose. "Sempre buscamos estar antenados com os lançamentos de produtos de cada fornecedor e ouvimos sugestões dos clientes. Com isso, analisamos dentro do gerenciamento de categoria a viabilidade de inclusão dos itens no *mix*", afirma o sócio-diretor Ricardo Alencar Dias.

O Center Pão observou, nos últimos anos, um crescimento gradativo desses produtos. Dentre os fatores que contribuíram para o aumento está a demanda por alimentos saudáveis, uma vez que os laticínios são indicados para a alimentação por profissionais da saúde, como fonte de proteínas, dentre outros nutrientes. "Em relação ao ano passado, crescemos em torno de 12% em faturamento. Os preferidos são o queijo do tipo Muçarela, que é o campeão de vendas, seguido pelo Minas Padrão, Minas Frescal, Burrata, Meia Cura e Parmesão. Já o setor de laticínios representa, em média, 7,8% do faturamento da empresa".





# ANUNCIE NA REVISTA Gôndola

**EDIÇÃO 323**  
Cobertura da SUPERMINAS

**VINCULE SUA MARCA À COBERTURA DO SEGUNDO MAIOR EVENTO SUPERMERCADISTA DO PAÍS, E CONCORRA AOS SEGUINTE BÔNUS\*:**

**1 página**

na edição 324 (dezembro)  
na matéria de cobertura do  
TGN Supermercadista 2023

**1 banner**

01 banner durante  
30 dias no site da Amis

**1 envio**

Whatsapp para mailing Amis  
Jovem ou para  
Vice-Presidentes Regionais

**1 envio**

feed e 01 story  
no Instagram da Gôndola

\*Consulte condições.

Fale com os consultores:



**LUCAS MIRANDA**

 **31 99204-2401**



**RENATA ABREU**

 **31 98419-7024**

**AMIS**  
Associação Mineira de Supermercados

  
CANAIS DE RELACIONAMENTO  
INTEGRAR E FORTALECER  
TEMA AMIS 2023



### FONTES DE CÁLCIO

De acordo com a nutricionista Maria Vieira, os produtos lácteos são amplamente reconhecidos como uma das melhores fontes de cálcio em nossa dieta, tanto devido à quantidade significativa que contêm quanto à facilidade com que nosso corpo absorve esse mineral (biodisponibilidade). Além disso, esse grupo alimentar é valioso por fornecer proteínas de alta qualidade.

Na Rede Cevaroli, que integra os Supermercados OPA, em Belo Horizonte, e Avenida Supermercados, em Caeté, os produtos da linha de laticínios que mais atraem os clientes são os queijos Minas Padrão, Artesanal e Frescal, manteigas e requeijão. Segundo Ygor Alexandre Santos Oliveira, comprador da rede, “os produtos conseguem atender todos os tipos de clientes. Em Minas Gerais o consumo de lácteos é muito grande”.

As estratégias de venda usadas pelas lojas da rede vão desde uma boa localização para exposição dos produtos, preços competitivos e também ações de degustação. “O cliente, conhecendo o produto (degustando), e o mesmo com preço promocional acessível, faz a venda acontecer”, afirma Ygor Alexandre. 🛒



DIA NACIONAL   
DO SUPERMERCADO

APRESENTA:

23 de Novembro

Vem aí o Troféu Gente  
Nossa Supermercadista!

TROFÉU  
GENTE  
NOSSA

SUPERMERCADISTA 2023

Patrocine,  
destaque sua marca e tenha  
momentos de interações entre  
os principais executivos das  
redes de supermercados de  
Minas Gerais e os fornecedores.

FALE COM UM CONSULTOR:



**Marcelo Perelra**  
marcelo@amis.org.br  
(31) 98426-6179  
(31) 2122-0500



**Egladson Coelho**  
egladsoncoelho@amis.br  
(31) 98426-6322  
(31) 2122-0500

**AMIS**  
Associação Mineira de Supermercado

  
CANAIS DE RELACIONAMENTO  
INTEGRAR E FORTALECER  
TEMA AMIS 2023

## Cafés campeões do 19º Concurso Estadual de Qualidade já estão à disposição dos consumidores

**O**s cafés produzidos por cafeicultores das quatro regiões produtoras do estado – Matas de Minas, Cerrado Mineiro, Sul de Minas e Chapada de Minas – e premiados no 19º Concurso Estadual de Qualidade dos Cafés de Minas Gerais de 2022 já estão nas gôndolas da rede Verdemar, na linha “Cafés Campeões”. O lançamento ocorreu no dia 2 de outubro, em evento muito prestigiado, na loja Verdemar, no bairro Sion, em Belo Horizonte.

Com apoio da rede Verdemar pelo quinto ano seguido, a competição é promovida pela Emater-MG em parceria com a Secretaria Estadual de Agricultura, Universidade Federal de Lavras, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecno-

logia do Sul de Minas e a Fundação de Apoio ao Ensino, Pesquisa e Extensão.

Para o sócio-proprietário e Diretor Comercial do Verdemar, Alexandre Poni, que é também presidente da AMIS, apoiar o concurso é mais do que oferecer um produto de qualidade diferenciada ao cliente, mas também contribuir para a realização de sonhos dos produtores. “Já tivemos depoimentos de pequeno produtor que comprou uma casa com o dinheiro do café que nós compramos dele; então, orgulho é isso”, ressalta.

Além do apoio ao concurso e incentivo à qualidade dos produtos, o Verdemar adquire a produção dos “Cafés Campeões” e disponibiliza ao consumidor final nas gôndolas da rede, agregan-

Da esq. p/ dir, o governador de Minas, Romeu Zema; o diretor-presidente da Emater-MG, Otávio Maia e os sócios diretores do Verdemar, Alexandre Poni e Hallisson Moreira





do alto valor ao produto. Enquanto a saca de café é comercializada, na média, em torno de R\$ 800, Alexandre Poni conta que pagou R\$ 7.000 pela saca do café campeão.

Na ponta, há também outro elo importante dessa cadeia: o consumidor que busca essa qualidade. “Há um público disposto a pagar por esse produto. Uma das coisas mais importantes é a pessoa pôr na boca e sentir que o café tem um gosto diferente; o desafio é esse”, disse.

### GOVERNADOR PRESENTE NO EVENTO

O lançamento dos Cafés Campeões contou com a presença do governador de Minas Gerais, Romeu Zema, que ressaltou a valorização do produto no estado. “Hoje, nós temos visto vários produtores conseguirem bons preços, em alguns lotes que são 10 vezes o valor do produto comum, e isso, temos de lembrar, é a coisa mais normal do mercado. Não tem carro de todo preço? Roupa, sapato, a mesma coisa. Tem carnes especiais também”, disse o governador durante o evento. “E por que nós só temos de produzir café comum, que a bolsa é que precifica? Não podemos cair nessa armadilha; nós temos excelentes produtores, com produtos excepcionais em Minas Gerais”, destacou.

O “Grande Campeão”, classificado em 1º lugar no concurso, com 91 pontos, foi o produtor Ercilei José de Oliveira, de Manhuaçu, na Zona da Mata.



Ele falou da alegria de, por meio do seu trabalho, estar em um evento ao lado do governador e de ter o produto exposto em uma grande rede de supermercado da Capital. “Lá da minha casa, na roça, fazer o meu produto estar estampado na prateleira aqui numa grande cidade, é muito gratificante”, disse ele. “Não tem nada melhor do que ver alguém tomando seu café e ver a reação de felicidade, de alegria no rosto dele. É como um vinho raro. Um café especial com essa excelência você não vai tomar todo dia”, comemora o produtor.

### LANÇAMENTO PRESTIGIADO

Além dos sócios e diretores do Verdemar, Alexandre Poni e Hallisson Moreira, e do governador, Romeu Zema, o lançamento dos Cafés Campeões contou com a presença do diretor-presidente da Emater-MG, Otávio Maia, dos produtores dos cafés vencedores do concurso, da imprensa e de diversas autoridades que prestigiaram o evento. 🛒

Da esq. p/ dir: o sócio-diretor do Verdemar, Alexandre Poni e o governador de Minas, Romeu Zema conversam com o primeiro colocado no concurso, Ercilei de Oliveira, de Manhuaçu









# G10

GESTÃO  
NOTA  
DEZ

ONLINE E AO VIVO

**APRENDA A GERIR SEU  
NEGÓCIO COM EXCELÊNCIA  
COM QUEM MAIS ENTENDE  
DE SUPERMERCADOS!**

CURSO DE GESTÃO  
SUPERMERCADISTA  
QUE É REFERÊNCIA  
HÁ MAIS DE 20 ANOS  
NO MERCADO

**QUEM FAZ,  
APROVA** 

**“O curso G10 foi uma experiência muito enriquecedora pra minha profissão. Professores com muita bagagem no ramo supermercadista, o que torna o curso uma experiência incrível!!!”**

Elisama Ferreira - Supermercado Tejotão



**Informações:**

(31) 2122-0500

(31) 98435-3010

**AMIS**  
Associação Mineira de Supermercados

  
CANAL DE RELACIONAMENTO  
INTEGRAR E FORTALECER  
TEMA AMIS 2023



## O que o Departamento Jurídico da AMIS PODE FAZER PELA SUA EMPRESA

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

- defesa dos interesses do setor supermercadista, através de diálogo permanente com órgãos públicos e privados, tais como Ministério do Trabalho, Receita Estadual, Procon's, Ipem, Vigilâncias Sanitárias, Sindicatos e vários outros;
- orientação acerca de negociações coletivas, agora, inclusive, com atuação direta através do Sindsuper-MG, que representa 746 municípios, incluindo Belo Horizonte;
- consultoria nas áreas do Direito Empresarial, Civil, Consumidor, Trabalhista, Tributário

*"De olho na legislação,  
nossa equipe está atenta  
às eventuais alterações  
que de alguma maneira  
possam impactar o setor"*

e de Fiscalização do Comércio (Vigilância Sanitária, IEF, IBAMA, Ipem, Procon's e outros pertinentes);

- elaboração de defesas administrativas para Ministério do Trabalho, Vigilância Sanitária, Ipem e Procon's;
- envio de comunicados jurídicos via e-mail informando sobre alterações na legislação ou fato importante que impacte de maneira significativa o setor supermercadista;
- publicação de textos jurídicos informativos na *Revista Gôndola* e demais meios de comunicação AMIS;
- ICMS: acesso a listagem atualizada de mercadorias e sua respectiva situação tributária e alíquotas;
- PIS e COFINS: acesso a listagem atualizada de mercadorias e sua respectiva situação tributária e alíquotas;
- cursos jurídicos;
- cursos ministrados pelo próprio órgão fiscalizador (Receita Estadual, Procon Estadual e IPÊM). A participação nesses cursos é exclusiva para associados;
- elaboração de pareceres jurídicos e,
- Comitês Jurídicos (Geral, Tributário e de Segurança dos Alimentos), exclusivo para associados.

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



a partir de  
**8**  
meses



# Meu Primeiro Lanchinho

Nutritivo e saudável para o seu bebê e prático para você

— ||| —  
**ASSADO E INTEGRAL<sup>1</sup>**

— ⊠ ⊘ —  
**SEM ADIÇÃO DE  
AÇÚCARES<sup>2</sup> E SAL**

— 🌽 —  
**FONTE DE FERRO,  
ZINCO E VITAMINA B1**

Imagens meramente ilustrativas.



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



PROMOÇÃO

CEREAIS  
Nestlé

NUTRE SEUS  
SONHOS

NOSSA FAMÍLIA DE CEREAIS TEM PRÊMIOS  
PARA VOCÊ REALIZAR SEUS SONHOS.

COMPRE R\$ 20 EM CEREAIS NESTLÉ:



CONCORRA A

R\$ 100 MIL

E TODO DIA



COLOQUE NESTLÉ AVEIA OU  
MUCILON® MEU PRIMEIRO LANCHINHO EM  
SUA COMPRA DE R\$ 20 E CONCORRA A  
PRÊMIOS NA HORA  
DE R\$ 500\*\*

PARTICIPE AQUI:



CADASTRE-SE E GANHE UM  
LIVRO DE RECEITAS VIRTUAL!



E CADA R\$ 20 NO MESMO CUPOM = 1 N° DA SORTE  
**PROMOCEREAIS.COM.BR**

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

Período de participação: 1/9/2023 até as 18h (horário de Brasília) do dia 30/10/2023. Consulte os produtos participantes, os regulamentos completos e os Certificados de Autorização SRE/ME no site [www.promocereais.com.br](http://www.promocereais.com.br) antes de participar. \*O prêmio de R\$ 100 mil será entregue em Certificado de Barra de Ouro. \*\*Os prêmios instantâneos serão entregues via PicPay. Guarde todos os comprovantes fiscais originais cadastrados. Imagens ilustrativas.