

Gôndola

JUNHO 2018

TROFÉU
GENTE
NOSSA
FORNECEDOR 2018

CONHEÇA OS
AGRACIADOS
COM O **OSCAR**
DO **SETOR**
SUPERMER-
CADISTA
MINEIRO

e mais:

- **"MAQUININHAS":** A COMPETIÇÃO CRESCE ENTRE OS PRESTADORES DO SERVIÇO
- A NOVA NOTA FISCAL ELETRÔNICA ESTÁ A CAMINHO. **PREPARE-SE**
- OS PÃES CONGELADOS CONQUISTAM AS PADARIAS DOS SUPERMERCADOS
- DOCE DE LEITE, CREME E LEITE CONDENSADO: UM TRIO PODEROSO

O LANÇAMENTO QUE ESTÁ
NA BOCA DE TODO MUNDO.

BIANCO



TCP 3.0

MALTE

BIANCO

PRO CLINICAL

COM NANOPARTÍCULAS DE TRICICLOFOSFATO

Modo de
preparo:
o seu.



Vilma. A receita é você.



Toda receita tem um segredo. E a gente não esconde o nosso: você. Fazer parte do seu dia-a-dia nos motiva e vamos trabalhar cada vez mais para oferecer os melhores produtos e serviços para juntos continuarmos a criar receitas de sucesso e deixar a vida das pessoas ainda mais gostosa.

vilma.com.br   





Emoção

Nesta edição de GÔNDOLA trazemos na capa um dos momentos mais emocionantes da programação anual da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), que é aquele em que o agraciado comemora sua vitória ao erguer o *Troféu Gente Nossa Fornecedor 2018*. Nada mais simbólico e merecedor, uma vez que receber o *Troféu* é ser ratificado como referência no segundo maior mercado supermercadista do País. Afinal, os agraciados são escolhidos pelo voto direto dos supermercadistas. Por isso, GÔNDOLA dedica sua capa e uma boa quantidade de páginas para trazer essa emoção e homenagem aos fornecedores. Trazemos também para você outros excelentes assuntos. Por exemplo, as boas oportunidades que estão surgindo na contratação dos meios de pagamento que se usa na loja, as “maquininhas”, uma vez que há hoje muito mais players prontos para se instalar no *checkout* de sua loja e prestar o serviço. Por falar em *checkout*, na reportagem sobre NFC-e trazemos para você um alerta para a implantação, em breve, pela Receita Estadual, deste novo sistema que vai tornar facultativo ao consumidor solicitar o tíquete de caixa impresso. Outra reportagem interessante é sobre a expansão acelerada do uso dos pães congelados pelas padarias dos supermercados. Confira igualmente uma reportagem que fizemos sobre doce de leite, creme de leite e leite condensado (ou seja, três vezes leite!). Há também muito que ler nos artigos e nas coberturas que fizemos no interior. Somando tudo isso, nossa mensagem é: boa leitura!

Giovanni Peres
Editor

SUMÁRIO



REPORTAGEM DE CAPA

O Oscar do *trade* mineiro é entregue na homenagem aos fornecedores

34

22

TRÊS VEZES LEITE

Conheça este trio que merece um pouco mais de sua atenção

64

MÁQUINAS PARA CARTÕES

Novos *players* e equipamentos trazem boas oportunidades

72

PÃES CONGELADOS

Cada vez mais padarias de supermercados adotam o produto

86

NFC-e

O tíquete de caixa tende a ser extinto em Minas. Prepare-se

10 NOTAS E NEGÓCIOS

62 JURÍDICO

Gôndola

Veículo oficial da Associação Mineira de Supermercados (AMIS)



Redação e escritório: Rua Levindo Lopes, 357, 6º andar, Savassi, Belo Horizonte, MG, CEP 30140-171 Tel. 31 2122 0500

Presidente da Associação Mineira de Supermercados (AMIS) Alexandre Poni (Verdemar) **Superintendente** Antônio Claret Nametala **Revista Gôndola Conselho editorial** Gilson de Deus Lopes (Supermercado 2 B), Fernando Bravo (SuperVip Supermercado), Ismael Carrijo (Rede Smart) e Roberto Gosende (DMA) **Editor e jornalista responsável** Giovanni Peres (reg. prof. 03065jp) gperes@amis.org.br - tel: (31) 2122 0507 **Repórteres** Adenilson Fonseca (adenilson@amis.org.br) e Davidson Lisboa (davidson.lisboa@amis.org.br) **Colaboradores nesta edição** Alysso Paiva, na criação da capa **Fotografia** Ignácio Costa **Projeto gráfico** Luis Américo Simões **Designer gráfico** Sandra Fujii **Revisor** Pedro Vianna **Impressão** EGL Editores **Distribuição** EBCT **Publicidade** Paulo Parma (paulo@amis.org.br) tel: (31) 2122 0526 **Executivos de negócios** Fabiana Carneiro (fabiana.carneiro@amis.org.br) e Lucas Miranda (lucas.miranda@amis.org.br) **Recebimentos de anúncios** Lucas Miranda (lucas.miranda@amis.org.br) tel: (31) 2122 0528 **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)



O VALOR DO CAFÉ UTAM MOMENTOS, NAS GÔNDOLAS E NA CASA DO CONSUMIDOR!

Por que escolher um produto do Grupo Utam?

- Empresa 100% nacional e tradicional no mercado de café;
- Tecnologia na seleção dos melhores grãos;
- Investimentos constantes nas plantas fabris do grupo;
- Equipe própria de vendedores e entregadores;
- Controle de todo o processo, da seleção de grãos a entrega de seu produto.

Linha completa de produtos!



CARINHO NO ATENDIMENTO DO COMEÇO AO FIM DO PROCESSO!



WWW.GRUPOUTAM.COM.BR



MAIS FORTES AINDA



Alexandre Poni
Presidente do Conselho
Diretor da AMIS

Nos dias 23 e 24 de maio, Ipatinga foi palco do Sevar do Leste de Minas. O recorde de público registrado, mesmo no auge da greve dos caminhoneiros, é o melhor indicativo de que o supermercadista é um empreendedor nato, sempre em busca de conhecimento, relacionamento, negócios e, acima de tudo, decidido a enfrentar desafios, por maiores que sejam.

Os números expressivos do Sevar do Leste de Minas, assim como os de todos os outros eventos da nossa programação, já realizados este ano, são resultados do apoio das lideranças regionais que, ao lado da nossa Associação, têm conseguido agregar cada vez mais ao setor.

Em 2018, até este mês de junho, a programação da Amis já terá passado por Caratinga, Uberaba, Divinópolis, Montes Claros, Itaúna e Três Corações. Estão a caminho Uberlândia, Poços de Caldas e Juiz de Fora. Todas as regiões de Minas serão percorridas.

Isto sem falar da Superminas, em Belo Horizonte, que receberá os supermercadistas de todo o Estado e, igualmente, sinaliza um excelente público. Para nós, os excelentes resultados também são uma demons-

tração dos bons frutos que a entidade colhe ao estar sempre ao lado do seu associado, assim como ao promover uma extensa programação de eventos.

Do mesmo modo, sempre próximos dos supermercadistas, os parceiros fornecedores prestigiam estes eventos e também contribuem para os importantes números da programação 2018 da AMIS. Por esta razão, reitero nosso agradecimento feito na edição passada de GÔNDOLA e parabênzo, mais uma vez, a todos que compareceram, no dia 21 de maio, ao Troféu Gente Nossa Fornecedores 2018, e que subiram ao palco, sem exceção, para receberem a merecida homenagem das mãos dos supermercadistas.

Já sabíamos, desde o ano passado, que 2018 não seria um ano comum. Com a recente greve dos caminhoneiros, e a instabilidade política, vimos que teremos que enfrentar ainda mais obstáculos para garantir a recuperação plena da economia. É desafiador, mas o supermercadista mineiro tem demonstrado, com o apoio da associação, com trabalho, resiliência, criatividade, inovação, e, principalmente, com a força e a união do setor, estar preparado para o que está por vir. Vamos juntos! 🛒



Salsichas termofornadas



APOSTE NO SABOR PREMIADO

Você conhece a linha de Salsicha Avivar Termofornada? A nova versão de produtos da marca foi desenvolvida nos sabores de aves e hot dog – congelada e resfriada - e nos tamanhos 500 g e 1 kg. Além do sabor tradicional que você conhece e confia, ela vem embalada a vácuo para garantir mais praticidade e melhor apresentação no ponto de venda. Tanta qualidade, garantiu a Avivar o prêmio “destaque” no **Troféu Gente Nossa** Fornecedores 2018, na categoria **Perecíveis Congelados, Resfriados e Embutidos**.



Troféu Gente Nossa 2018
Prêmio Destaque - Categoria
perecíveis congelados e resfriados
inbutidos

www.avivar.com.br



/avivaramentodobrasil



@avivaroficial



@avivaroficial



/avivaroficial



/avivaroficial

São Sebastião do Oeste/MG: (37) 3286 2000 • Belo Horizonte/MG: (31) 3369 2500 • Uberlândia/MG: (34) 3225 9777
Montes Claros/MG: (38) 9 9918 7451 • Varginha/MG (35) 9 9717 0460 / (31) 9 7172 9970 • Juiz de Fora/MG: (32) 9 9903 3669
Governador Valadares/MG: (33) 9 9955 9662 • Ipatinga/MG: (33) 9 9963 3971
Duque de Caxias/RJ: (21) 9 7275 6974 • Vitória/ES: (27) 9 9720 2824

ARROZ CODIL PLUS e FEIJÃO CODIL PREMIUM.



AGÊNCIA LIFE

Se a família inteira pede
mais, seu supermercado
também vai pedir.

Plano de comunicação



Rádio



Internet



Brindes



TV



Revistas



PROVOU, SORRIU.

atendimento@arrozcodil.com.br

Av. Autorama, 1.351, São Judas Tadeu, Divinópolis/MG.

Tel.: 37 3512-1000

WWW.ARROZCODIL.COM.BR

Super Nosso reforça o portfólio de carnes com o Angus

A rede Super Nosso disponibiliza ao consumidor uma nova opção em carnes provenientes da raça Angus. A aposta em um produto *premium* para trazer um diferencial em carnes demandou R\$ 13 milhões em investimentos. A carne Angus está disponível nas 17 unidades do Super Nosso, bandeira de supermercados do Grupo; nas 12 lojas Momento Super Nosso, formato de proximidade, e no canal de vendas *online* Super Nosso em Casa. A rede Apoio Mineiro, de atacarejo, do mesmo Grupo, não comercializa o produto.

“Iniciamos nosso projeto nas lojas sem muita divulgação, com vendas mensais de R\$ 300 mil. Na segunda fase, passamos a realizar ações de relacionamento com o cliente, caracterizando as lojas com a marca ‘Angus Super Nosso’, personalizando balcões refrigerados e freezers. Com essas ações, passamos a vender R\$ 1,3 milhão por mês”, informa a sócia e diretora de marketing do Super Nosso, Rafaela Nejm.

Segundo ela, a expectativa é que esses números dobrem a partir de maio, quando foram iniciados os trabalhos de divulgação na mídia. “Estimamos

vendas na casa dos R\$ 2,6 milhões. A expectativa para 2019 é uma venda de R\$ 40 milhões ao ano”. Até o final de maio, a empresa já comercializava 120 toneladas por mês, o que representava 25% de toda a carne vendida na rede Super Nosso.

PRODUÇÃO MINEIRA

Ao se falar em uma carne *premium*, produzida a partir de uma raça bovina de origem europeia, leva-se logo a crer que os animais venham de países de clima frio ou do Sul do Brasil. Engana-se. A carne Angus do Super Nosso é proveniente de animais criados numa fazenda no município de São João da Ponte, no Norte de Minas Gerais.

A localização no mesmo estado, além da facilidade de logística reduz as distâncias e os intermediários entre o produtor e o consumidor. Após o abate na região produtora, a carne vai para a Indústria Raro, do Super Nosso, em Contagem, na Grande Belo Horizonte. No local, ocorre todo o processo de preparo e embalagem dos cortes de bandeja e cortes congelados. A Raro conta com o selo do Serviço de Inspeção Federal (SIF), do Ministério



da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). A certificação garante que os processos internos são inspecionados e registrados de acordo com os parâmetros estabelecidos pelo Governo Federal.

“GOURMETIZAÇÃO”

A direção do Grupo Super Nosso acredita também numa mudança de comportamento do consumidor no que se refere ao consumo de carne. “O que parece estar acontecendo é um movimento de transformação no comportamento do consumidor. Ele está se interessando em saber onde foi produzido e qual o diferencial daquele boi que deu origem ao produto. É uma tendência que já é forte na Europa e deve se consolidar por aqui

nos próximos cinco ou seis anos”, acredita o sócio e Diretor Comercial e de Operação do Grupo, Roldolfo Nejm.

Ele explica que a carne Angus fortalece o conceito de *açougue gourmet* e a empresa se antecipa a uma tendência que já demonstra sinais de crescimento no País. “As boutiques de carne apresentaram uma interessante expansão nos últimos anos. Queremos oferecer, no varejo, um produto de qualidade superior, que remeta ao conceito *gourmet*, mas que possa ser consumido também no dia a dia”, diz. Ele acredita que o cliente vá procurar esse tipo de carne em uma escala maior daqui para frente e o Super Nosso não quer perder essa oportunidade.

multi
Frio
Refrigeração

O seu frio na medida certa

**CÂMARAS FRIGORÍFICAS
DE PEQUENO À GRANDE PORTE,
E TODAS AS PEÇAS PARA REFRIGERAÇÃO.**

Solicite seu orçamento!
(16) 2101.7700
www.multifrio.com.br



Tia Teca abre a terceira loja da rede

No dia 23 de maio, os sócios e irmãos Ronaldo Pimenta e José Agnaldo Pimenta inauguraram a terceira loja de supermercados da bandeira Tia Teca, em Teófilo Otoni, no Vale do Mucuri, Leste de Minas Gerais. A nova unidade, localizada na avenida Sidoni Otoni, 1.725, no bairro Joaquim Pedrosa, tem 1,9 mil metros de área construída, 1,3 mil metros de área de venda e 18 *checkouts*. O estacionamento oferece 80 vagas. Outro número importante é a geração de empregos, com 116 colaboradores contratados. Conhecido no setor pela inovação no atendimento e na prestação de serviços diversos, o Tia Teca abriga inclusive duas salas de cinema no empreendimento principal, um hipermercado, onde estão também 31 lojas satélites como Boticário, Cacau Show e Giraffas, entre várias outras. “Nós construímos um mini shopping”, explica o diretor comercial, Ronaldo Pimenta, se referindo ao hipermercado da empresa, aberto em 2014.

Mas a nova loja, disse ele, segue o mesmo padrão de modernidade e qualidade, no *mix* de produtos e na prestação de serviços. “É uma loja com piso diferenciado, corredor e ponta de gôndola também diferenciados. É toda diferenciada”, garante. Só não conta, porém, com as lojas satélites, mas abriga uma pizzaria que também leva a marca da empresa, a Pizzaria Tia teca.

Além das lojas de varejo, o Grupo tem duas unidades de atacado, com o nome de *Centro de Distribuição FAC*, que cobre os vales do Jequitinhonha, Mucuri, Rio Doce e o Norte de Minas, com capacidade de entrega de 12,5 mil pedidos por mês, totalizando mais de 200 localidades atendidas. O Grupo emprega cerca de 500 colaboradores de forma direta. O próximo investimento do Tia Teca será mais uma loja de supermercado, que será aberta em 2019.

Carrefour Brasil registra crescimento em todas as operações

O Grupo Carrefour Brasil consolidou sua posição de liderança no varejo alimentar brasileiro no primeiro trimestre de 2018, com alta de 6% nas vendas brutas para R\$ 13,0 bilhões, com crescimento em todas as operações nos três primeiros meses do ano. Nos últimos 12 meses,

foram abertas lojas de todas as bandeiras, incluindo 12 lojas do Atacadão, além de 42 lojas de conveniência sob a bandeira *Carrefour Express*, duas drogarias e dois postos de combustível. Tudo isso alavancou o crescimento das áreas de vendas em 5% no total e em 8,5% no Atacadão.

iFood e Makro firmam parceria para expandir negócio de parceiros

O iFood e o Makro Atacadista realizaram uma parceria para ajudar os restaurantes parceiros de ambas as empresas a incrementarem o seu negócio. A partir de agora, toda a base de restaurantes ativa da plataforma de delivery online, e que ainda não é cliente cadastrado

do Makro, poderá ter descontos em compras na rede atacadista. O desconto da parceria vai até o dia 31 de dezembro. Além disso, o iFood dará isenção de 6 meses na mensalidade para clientes do Makro que ingressarem na plataforma durante o período vigente da campanha.

O Polvilho com a qualidade que você conhece numa versão muito mais prática!

Não precisa escaldar. Faça receitas com mais rapidez!

**ZERO
GLUTEN
LACTOSE**

O Tradicional
Sabor Mineiro
agora muito mais
fácil!



- ✓ Qualidade comprovada.
- ✓ Sabor e textura inigualáveis.
- ✓ Estrutura para entregar cargas de grande volume com pontualidade e eficiência em todo o país.
- ✓ Marca consolidada e com forte presença no mercado desde 1948.

 **TUPGUAR**
Alimentos

Tradição Mineira

Supermercados BH inaugura nova loja em Lagoa Santa com novo leiaute

Adenilson Fonseca

No dia 10 de maio, a rede Supermercados BH inaugurou mais uma unidade. Foi a terceira loja da bandeira em Lagoa Santa, na Grande BH. Um empreendimento alinhado com os padrões da empresa, que nos últimos anos passou a investir em lojas mais amplas, com mais vagas de estacionamento e visual mais atrativo, em que predomina o amarelo da marca e o logotipo é valorizado.

A vizinhança do bairro Joá, naquela cidade, agora conta com um supermercado que tem área total de 1.944 metros quadrados, área de venda de 1.430 metros e 13 *checkouts*. O estacionamento

disponibiliza 122 vagas, tanto em frente quanto ao lado da loja. Cem colaboradores foram contratados para o novo empreendimento.

Com faturamento de R\$ 5,4 bilhões, a rede BH informou ao ranking Abras de 2018 o número de 176 unidades até 31 de dezembro de 2017. Neste ano, (até o fechamento desta edição) havia inaugurado mais três unidades. No entanto, a loja em Lagoa Santa, apesar de totalmente construída, veio substituir outra nas proximidades, que já não comportava mais a clientela. “Fizemos uma loja moderna, bem atrativa. Como vínhamos melhorando nosso modelo de lojas, Lagoa Santa não poderia ficar fora”, disse o presidente da empresa, Pedro Lourenço de Oliveira.

NOVO FORMATO

Ele destaca também o novo formato de construções que a rede vem adotando para os supermercados nos últimos anos. “Estamos construindo lojas só nesse porte, nesse formato, o que agrega a nós e à população, que fica muito satisfeita”, informa. O diretor falou ainda da variedade do *mix* e das novas demandas do cliente. “O nosso dever é esse de todo dia levar para a mesa do consumidor mais produtos e mais diversificação. O que o mundo vai nos trazendo, nós vamos colocando para o consumidor. Então, temos que ter uma loja melhor para agregar esses produtos que vêm crescendo no Brasil e aumentando o portfólio das indústrias”, justifica. “E sempre lembrando que ele (o cliente) é o nosso patrão; é nosso dever fazer coisas agradáveis para que ele tenha o prazer de vir comprar nas nossas lojas. É isso que nos motiva”, ressalta.

E isso foi verificado com clientes como a nutricionista Cyntia Batista, que enquanto fazia as compras se dizia satisfeita. “O que eu observei é que é uma loja bem organizada, com produtos variados; e o mais importante é o preço do BH, que é imba-

Fachada da nova loja inaugurada em Lagoa Santa; momento em que os primeiros consumidores entraram na loja, logo após da abertura completa das portas

Fotos: Imídio Costa





Líderes do Varejo
SUPERMERCADOS EM DEBATE

SUA **PARTICIPAÇÃO**
FEZ TODA A
DIFERENÇA NO
ENCONTRO DE
LÍDERES DE
MONTES CLAROS.
Obrigado!

- 13 PATROCINADORES/EXPOSITORES
- 259 PARTICIPANTES
- 14 CIDADES
- 54KG DE DOAÇÕES



PRÓXIMOS ENCONTROS:
ITAÚNA **13/6**
GRANDE TEATRO DA UNIVERSIDADE
DE ITAÚNA

POÇOS DE CALDAS **8/8**
ESPAÇO CULTURAL DA URCA

Palestras, Circuito de Negócios,
exposição e degustação de produtos.
Um encontro de quem faz a diferença.

INFORMAÇÕES: (31) 2122.0500 | relacionamento@amis.org.br

[linkedin.com/company/amismg](https://www.linkedin.com/company/amismg) [facebook.com/amisassociacao](https://www.facebook.com/amisassociacao) www.amis.org.br



Vista geral da área de congelados da nova loja do Supermercados BH em Lagoa Santa (MG)

tível. Sempre gosto de fazer compras no BH pelo preço”, ela disse.

A melhoria nas instalações, visando a mais conforto e opções ao consumidor de que o presidente Pedro Lourenço fala, Cyntia já percebeu logo na entrada. “Uma coisa que eu observei é que as lojas não eram tão organizadas assim, os preços não eram visíveis. E essa loja está super arrumada”, cita. A mudança agradou também a dona de casa

Virgínia de Paula Souza Machado, que comemorou as melhorias e a proximidade da residência. “Ficou ótimo, porque a distância é a mesma da minha casa; então está próximo, os preços estão dentro do previsto, porque eu já comprava no BH”, revela. “Eu acho que pelo espaço que tem, está bem melhor. Aumentou também a diversificação dos produtos e isso vai chamar mais o público”, disse a cliente enquanto já se dirigia ao caixa com o carrinho cheio.

CRESCER SEMPRE

Sobre expansão constante, Pedro disse que se fundamenta no trabalho e em Deus para fazer a empresa crescer. “A gente sempre acredita no trabalho; a quem trabalha Deus ajuda e os frutos vêm”, ressalta. “Sabemos das dificuldades pelas quais o Brasil está passando, a gente não se esconde delas, mas vimos atendendo nossos objetivos, crescendo e com trabalho. E com Deus na frente, vamos crescer sempre”. 🛒



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.

VIA E-MAIL: sua mensagem chegará diretamente ao editor no endereço gperes@amis.org.br

POR CARTA: GÔNDOLA – seção de Cartas. Rua Levindo Lopes, 357 – 6º andar – Savassi – Belo Horizonte – MG – CEP 30140-171

POR TELEFONE: 31 2122 0500



EDIÇÃO 263

AZEITE MINEIRO I

A reportagem publicada não falou de outras regiões brasileiras que também produzem azeitona e azeite. Não é só Minas Gerais. Aqui no Rio Grande do Sul também temos a produção e bons produtos. Estamos precisando de mais apoio para que os produtores possam contar com maior assistência técnica.

Josué Rittone Fohler
Porto Alegre (RS)

AZEITE MINEIRO II

É com grande orgulho que ficamos sabendo da produção de azeitonas e de azeite na Serra da Mantiqueira em Minas. Outros produtos de clima frio estão tendo sucesso por aqui, como a criação de trutas, o plantio da framboesa e as uvas para vinhos. É mais uma prova da dimensão de nosso Estado, que com sua grande extensão territorial tem diferentes microclimas, permitindo a produção de uma ampla gama de itens.

Maria do Socorro Silveira Tapian
Pouso Alegre (MG)

BATATA CONGELADA

Acredito que agora, com o sistema de *air fryer* ficando cada vez mais acessível em termos de preço, muita gente que evitava a batata frita, vai querer consumir o produto de novo. É importante também falar sobre os custos de refrigeração. Os produtos congelados estão ocupando mais espaço e muita gente não vê que o custo para vender é maior.

Raimundo Lorivaldo Ribeiro
Salvador - BA

GESTÃO NOTA DEZ G10

AMIS
Associação Mineira de Supermercados

**CAPACITAÇÃO PARA
PROFISSIONAIS
DE NÍVEL
ESTRATÉGICO**

REGIÃO DE INÍCIO

SUDOESTE PASSOS	12 JUNHO
VALE DO RIO DOCE GOVERNADOR VALADORES	14 JUNHO
LESTE MURIAÉ	19 JUNHO
NORTE DE MINAS MONTES CLAROS	26 JUNHO
TRIÂNGULO MINEIRO UBERABA	17 JULHO
SUL DE MINAS POUSO ALEGRE	24 JULHO

INVESTIMENTO

ASSOCIADO: R\$4.300,00

NÃO ASSOCIADO:

R\$5.600,00

PARCELAMENTO EM ATÉ 10 VEZES

CONDIÇÕES ESPECIAIS PARA
INSCRIÇÕES ANTECIPADAS.

turmas
programadas

31 2122-0528 / 31 2122-0561 / 31 9 9106-2677 / 31 2122-0514

lucas.miranda@amis.org.br / fabiana.carneiro@amis.org.br / birã.alves@amis.org.br / relacionamento3@amis.org.br

MONTES CLAROS RECEBE OS Líderes da região Norte de Minas

Montes Claros foi a cidade anfitriã, dia 16 de maio, do encontro das lideranças do varejo supermercadista nortemineiras. Trata-se do *Líderes do Varejo* de Montes Claros que, em sua segunda edição e com participantes da cidade e de 13 municípios vizinhos, teve o auditório do Espaço OAB sempre com grande presença de público, do mesmo modo que o espaço de negócios formado em paralelo à programação de palestras.

Supermercadistas, fornecedores e autoridades regionais prestigiaram o evento, que registrou a presença de 259 participantes. Os expositores totalizaram 11 empresas, sendo três delas também patrocinadoras do evento. O evento recebeu cara-

vanas de supermercadistas e seus colaboradores de cinco cidades: Salinas, Taiobeiras, Janaúba, São João do Paraíso e Janaúria.

O *Líderes do Varejo* foi idealizado pela AMIS, com o intuito de levar para algumas cidades de Minas um formato condensado de atrações com palestras, e circuito de negócios. Em Montes Claros foi apoiado pela Associação Comercial e Industrial de Montes Claros (ACI); CDL-Montes Claros e Sindicato das Indústrias de Panificação e Confeitaria (Sindipan).

O vice-presidente da AMIS em Montes Claros, Ricardo Alencar Dias, do Center Pão Supermercados, foi o anfitrião do evento e, juntamente com o superintendente da AMIS, Antônio Claret Name-







tala, recepcionou os vice-presidentes regionais de Salinas, Daniela Souza Mendes (Supermercado D'Itália) e de Janaúba, Wesley Oliveira Abreu Mendes (Dona Ninha Empório).

PROGRAMAÇÃO

A programação tomou toda a tarde do dia 16. Às 13h teve início o credenciamento. Às 14h aconteceu a cerimônia de abertura, seguida da palestra magna, com o tema "Empreendedorismo profissional e pessoal: pessoas que fazem acontecer", proferida pelo professor e palestrante, Marcos Fábio.

Terminada a palestra, houve pausa para que os participantes pudessem participar do circuito de negócios, apresentação e degustação de produtos. Às 17h, retornou-se ao auditório para a palestra sobre "Como ampliar sua capacidade profissional e fortalecer sua empresa". Às 18h, o público voltou para o circuito de negócios, que ficou em plena agitação até as 20h.

REDE VOLUNTARIADO

Além de promover a integração entre supermercadistas e fornecedores, o evento busca contribuir com entidades assistenciais das cidades sede dos seus eventos através do *Programa Vida*, que tem como intuito arrecadar alimentos e produtos de higiene no decorrer dos eventos. Em Montes Claros, foram arrecadados 54 quilos de donativos que foram destinados para a Rede Voluntariado. 🛒

FORNECEDORES QUE PARTICIPARAM DO LÍDERES DO VAREJO DE MONTES CLAROS

Arroz Sepé, Astral Pães, BRL Alimentos (Casa das Polpas), Café Gema de Minas, Café Jequitinhonha (patrocínio de palestras), Doces Veiga, Echosis Itabirito (patrocínio de palestras), Kingspan Isoeste, Penatec, Qualiseg (patrocínio de palestras) e Souza Cruz.

AMIS
Associação Mineira de Supermercados

TERA
AMIS
2018

**SONHAR,
PERSISTIR E
REALIZAR**

**CONHEÇA OS CONVÊNIOS AMIS.
UMA OPORTUNIDADE EXCLUSIVA PARA
TER MUITO MAIS BENEFÍCIOS COM
VALORES REDUZIDOS.**

- Assessoria jurídica
- Assessoria contábil
- Plano odontológico
 - Seguros
- Consultoria empresarial
- Consultoria tributária
- Consultoria ambiental
 - Auditoria fiscal
 - Contratação de estagiários e aprendizes
- Certificação digital
- Gestão de PDV
- E outros

**ser
amis
é ser
mais**

Convênios AMIS:



TRÊS VEZES LEITE

DOCE DE LEITE, LEITE CONDENSADO E CREME DE LEITE SÃO OS ÚLTIMOS ITENS DESTA SÉRIE DE REPORTAGENS, MAS NEM POR ISSO OS MENOS IMPORTANTES: PRINCIPALMENTE O CONDENSADO E O CREME, QUE ESTÃO NA LISTA DE COMPRAS DA MAIORIA DAS FAMÍLIAS

Davidson Lisboa

O leite e seus derivados são quase obrigatórios no dia a dia do consumidor. Direta ou indiretamente podemos estar consumindo algum derivado lácteo. Isto é válido quando pensamos também em saborosas e tradicionais sobremesas, como o pudim de leite condensado e as frutas cobertas com creme de leite. Isto quando não utilizamos alguns produtos para fazer deliciosas receitas ou até mesmo para servir como sobremesa, como o leite condensado, o creme de leite e o famoso “docinho de leite” acompanhado de um belo queijo. Em Minas Gerais, é de praxe encontrar algum desses itens na dispensa ou na geladeira.

LEITE CONDENSADO

Usado com frequência em receitas, o leite condensado é um dos mais queridos no momento da compra. De acordo com um levantamento realizado pela Kantar Wordpanel em 2016, na época,

mesmo marcada pelo início da recessão no País, a cada 10 domicílios, nove tinham consumido ao menos uma vez no decorrer do ano uma embalagem de 395 gramas por mês.

A novidade nas gôndolas, no que diz respeito ao leite condensado, fica por conta das versões *zero açúcar* e *lactose*, sob medida para aqueles que estão engajados com a saudabilidade alimentar e com o bem-estar.

De acordo com o consultor de marketing e merchandising, Renato Trigueiro, o leite condensado é um produto essencial na culinária e que vem sofrendo adaptações para atender as necessidades dos consumidores. “O leite condensado trouxe à culinária dos grandes centros urbanos a praticidade de se ter à mão um produto pronto para consumo, e vem se adaptando de acordo com as necessidades do mercado, que tem demanda agora também para produtos livres de lactose, de açúcar e de gorduras”, diz Trigueiro.

CREME DE LEITE

Além do leite condensado, outro produto que também marca forte presença na dispensa do brasileiro é o creme de leite. O consumo de creme de leite está, originalmente, associado a sobremesas e frutas frescas, sendo também utilizado em alimentos como bolos, pudins, sorvetes e sopas. Além disso, é o ingrediente essencial de pratos como estrogonofe e molhos brancos.

Dentro da categoria de cremes de leite, no Brasil os produtos mais consumidos são os cremes de leite submetidos a tratamento a ultra-alta temperatura (UAT ou UHT), disponíveis com teores de gordura médios de 20%. Há também os pasteurizadores que contêm, em média, 35% de gordura. Os teores maiores de gordura são encontrados no produto conhecido como nata, mais popularmente consumido nos estados do Sul do país.

Em Manhumirim, no Supermercado e Empório Vidal, o proprietário, Mauro Vidal, enfatiza a procura por produtos como o creme de leite na versão *zero lactose*, que vem despertando o interesse dos clientes e a cada dia tem aumentado a procura por

esse produto. “Trabalhamos com itens *zero lactose* e *zero açúcar* nesse segmento de laticínios, e há uma expressiva procura por alguns produtos como o creme de leite e o leite condensado”, ressalta Vidal.

DOCE DE LEITE

Dentre os principais produtos lácteos concentrados, o doce de leite é um derivado que apresenta grande consumo no Brasil e em alguns paí-

Na página ao lado, bandeja com amostras para degustação de doce de leite na loja; abaixo, o leite condensado em dois momentos: recém saído da lata e já na forma de pudim





Doce de leite pastoso e queijo fresco, uma dupla que emociona qualquer mineiro

ses sul-americanos. Minas Gerais, responsável por aproximadamente 30% da produção nacional de leite, possui o maior parque industrial de laticínios do país, com 34,4% do total das empresas. Detém aproximadamente 50% da produção brasileira de doce de leite, destacando-se como o principal produtor brasileiro.

NOS SUPERMERCADOS

Sobre a exposição desses produtos nas gôndolas, Renato Trigueiro enfatiza a necessidade de organizar bem o espaço e principalmente colocá-los próximos de outros, para que possam agregar nas vendas.

“Na exposição, esses produtos ficam perdidos nas prateleiras, em meio aos outros, perdendo visibilidade. Por serem itens relacionados muitas vezes a confeitaria e sobremesas, sua exposição

poderá ter mais visibilidade se for agrupado a essa seção, principalmente ao lado das farinhas de preparo de sobremesas, pois o doce de leite também é consumido como recheio de bolos, tortas e outras receitas”, sugere.

Além da organização, Trigueiro orienta quanto à sinalização sobre a composição do produto. “É importante também que seja sinalizado adequadamente por composição: natural; diet; sem lactose; sem glúten, pois existe um mercado latente de consumidores que têm restrições alimentares”, orienta Trigueiro.

O gerente comercial da fabricante Reserva de Minas, Leandro Gonçalves, afirma que a inserção do leite condensado nas versões *zero lactose* e *zero açúcar* tem obtido bons resultados junto ao consumidor e destaca a estratégia de degustação nos pontos de venda para atrair o público.



Há 20 anos, a ReserVA de Minas produz o melhor doce mineiro!

Desde 1998, fabricamos na cidade de Machado (MG), os verdadeiros doces mineiros. Eles são preparados com o leite produzido pelos fornecedores da região, onde seguem um rigoroso controle de qualidade exigido pelo Ministério da Agricultura e colhemos, a maioria das frutas, em nossa própria fazenda, como: banana, goiaba, cidra, laranja e mamão. Nossos produtos são elaborados de forma artesanal e de modo a respeitar o meio ambiente.

(35) 3427-3353 | (35) 9 9142-0340

pedido@reservademinas.com.br

Acompanhe-nos nas redes sociais:

[f @reservademinas](#) [@reservademinasoficial](#)

Confira o nosso site e o Doce Blog repleto de receitas:
www.reservademinas.com.br



O espaço dedicado em algumas lojas ao leite condensado, ao creme de leite e ao doce de leite, comprova a força da categoria

“A embalagem alternativa e mais econômica, de 270 gramas do leite condensado nas versões tradicional e *zero lactose* e *zero açúcar*, tem possibilitado a inclusão de consumidores fiéis ao produto. Por isso, buscamos intensificar a venda desses itens por meio de degustação nos supermercados com receitas de pudins e bolos”, afirma.

“Procuramos trabalhar um *mix* de produtos na gôndola, com espaços diferenciados e atrativos para despertar a atenção do consumidor, além de fazer degustações nas lojas para que os consumidores experimentem o produto e tomem a decisão de compra”, complementa Leandro.

No Supermercado e Empório Vidal o pro-

prietário, Mauro Vidal, busca organizar esses itens na seção de matinais. “Doce de leite, leite condensado e creme de leite ficam na seção de matinais, próximos a itens como mistura para bolo e outros ingredientes para receitas”.

Mauro ainda ressalta que o perfil do consumidor vai de A a D e que esses produtos têm contribuído para o aumento do ticket médio do Supermercado e Empório Vidal. “O público que consome esses produtos varia das classes A a D, devido à variedade de marcas que oferecemos em nossas lojas. E como a procura tem tido expressivo aumento, eles têm passado a fazer parte dos itens básicos da compra mensal do consumidor”, enfatiza Vidal. 🛒

O maior evento do varejo no interior de Minas Gerais está chegando a Uberlândia. **PARTICIPE!**

SUPER INTER

CONGRESSO E FEIRA DE
SUPERMERCADOS DO INTERIOR

130 expositores
+ de 4.000
participantes

Reserva de espaço
e patrocínio:

Joaquim Moreira

31 9 8492 5744 / 31 9 8428 5426

Informações: 31 2122.0500

www.amis.org.br

18 e 19
JULHO
Center Convention
UBERLÂNDIA/MG

AMIS
Associação Mineira de Supermercado

TEMA
AMIS
2018
**SONHAR
PERSISTIR E
REALIZAR**

SEVAR REÚNE SUPERMERCADISTAS e fornecedores do Leste de Minas e bate recorde

Davidson Lisboa

A greve dos caminhoneiros não diminuiu o entusiasmo dos supermercadistas e fornecedores da região em participar do Super Encontro Varejista do Leste (Sevar), que aconteceu nas instalações do Ipaminas Esporte Clube, em Ipatinga, nos dias 23 e 24 de maio, exatamente quando a paralisação nas estradas encontrava-se no auge.

Com uma programação rica em conteúdos específicos do segmento supermercadista e do varejo em geral, composta por palestras, reunião e feira, o evento contou com um público de 2.031 visitantes de 26 cidades durante os dois dias de

evento e 39 expositores na Feira de Negócios. Um recorde que supera o do ano anterior.

No primeiro dia do evento, a programação foi aberta com um almoço, seguido de reunião da Associação Mineira de Supermercados. Junto à diretoria executiva, vice-presidentes da região, membros do Conselho e supermercadistas associados à Entidade para debater assuntos pertinentes do setor, buscando analisar os desafios e apontar soluções.

Com pautas que tratavam desde as Convenções Coletivas à nova sede da AMIS, os participantes tiveram a oportunidade de esclarecer dúvidas,



sugerir propostas de realização de cursos e outras demandas específicas do segmento.

PDCA

Logo em seguida foi a vez dos consultores da Falconi, Luis Fernando Costa e Magno Yamaguchi, que apresentaram casos de sucesso com base na aplicação do modelo de gestão PDCA – *Plan* (Planejar), *Do* (Fazer), *Check* (Verificar) e *Act* (Agir), utilizado para induzir melhorias nas diretrizes de controle dentro da Organização.

O PDCA é uma das ferramentas consagradas para resolução de problemas. Seu escopo de utilização é tão amplo que até mesmo a ISO 9001:2015 recomenda a utilização da metodologia. Segundo a Norma, pode-se aplicar o ciclo PDCA em qualquer processo do sistema de gestão de qualidade.

ABERTURA

Após a primeira palestra da programação, foi realizada a solenidade de abertura do evento, que foi conduzida pelo superintendente da AMIS, Antônio Claret Nametala, e contou com a presença de autoridades locais, como a do secretário municipal de desenvolvimento econômico e de turismo de Ipatinga, Luiz Campelo Filho, que enfatizou a importância da realização do evento na região.

“É muito importante a realização deste encontro do supermercadista com o fornecedor, para viabilizar bons negócios e fomentar o crescimento econômico da região”, disse Luiz.

O vice-presidente regional da AMIS em Ipatinga e diretor da Cooperativa e Hipermercados Consul, Matusalém Sampaio, reforça a importância do Sevar para o segmento e ressalta a participação dos pequenos fornecedores.

“O Sevar é um dos instrumentos de fortalecimento da relação dos supermercadistas com fornecedores. Além de negócios, fomenta a economia local com a participação exclusiva de pequenos produtores locais que pretendem fornecer para supermercados”, disse Matusalém.

Durante a solenidade de abertura, Claret Nametala entregou para cada vice-presidente re-





gional e membro do Conselho Executivo da AMIS que estavam presentes o Certificado de Posse, que legitima a representatividade desses empresários em nome da Entidade.

Entre aqueles que receberam o certificado estavam Matusalém Sampaio; o sócio-diretor do Supermercado do Irmão, de Caratinga, Ary Soares da Silva; o sócio-diretor do Hipermercado Valente, de Mantena, Felipe Valente; o diretor do Supermercado Big Mais, de Governador Valadares, Luciano Miranda; o diretor do Empório e Supermercado Vidal, de Manhumirim, Mauro Vidal, e o sócio-proprietário do Supermercado Três Irmãos, de Guanhães, Agnaldo Ferreira.

SEGUNDO DIA

No segundo dia do evento, a programação teve início às 10h com os palestrantes Aci Coutinho e Luciano Castro, da Coutinho, Lacerda, Rocha, Diniz & Advogados Associados, com o tema "Como gerar valor para o seu negócio frente as tendências do segmento".

No período da tarde foi a vez do *coaching* de varejo, Alexandre Ribeiro, da empresa de consultoria R-Dias, apresentar técnicas e ferramentas para trabalhar composição de preços, negociação, produtividade e gerenciamento de categorias.

Para finalizar o ciclo de palestras, o psicólogo André Tomé atraiu as atenções do público com a palestra "Transformando comportamentos em resultados", onde buscou abordar atitudes do cotidiano que podem ser úteis para reverter problemas que impedem o avanço da produtividade e o alcance das metas profissionais e pessoais.

FEIRA DE NEGÓCIOS

Durante os dois dias do Sevar, após o ciclo de palestras era o momento de supermercadistas e fornecedores entrarem em ação, realizando negócios e estreitando relacionamentos.

Entre os 39 expositores, 9 microempreendedores da agricultora familiar que foram selecionados e capacitados por meio do Programa *Circuito Mineiro de Compras Sociais* (CMCS), coordenado

— cachaca —
Caratinga

Conheça
E SE APAIXONE

Um blend desenvolvido por mestres na arte dos destilados, receita exclusiva que agora pode ser saboreada pelos apreciadores de uma boa cachaca mineira.

suave, mas com muita alma, com origem e evolução agregadas num só produto, que podemos considerar uma verdadeira obra de arte a ser apreciada pelos mais exigentes conhecedores. E o melhor: oferecida em três configurações, Tradicional, Ouro e Prata para as mais variadas formas de desfrutar.



www.cachacacaratinga.com.br

*O verdadeiro sabor das
Montanhas de Minas*

Desenvolvido pelo Grupo GrandSafra, nas versões tradicional e extraforte, gourmet ou cápsulas, nossos produtos possuem nuances e sabores diferenciados, pois extraímos o melhor do café, obtendo um produto final de excelentíssima qualidade e paladar inconfundível.



www.grupograndsafra.com.br





pela AMIS com apoio da Associação Comercial e Industrial de Divinópolis (Acid); do Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Fopemimpe) e com o apoio institucional da Emater-MG.

Durante o evento eles tiveram um espaço exclusivo para expor seus produtos e realizar negócios diretamente com donos de supermercados da região.

Para o secretário-geral do Fopemimpe, Fernando Passalio, o evento é uma oportunidade de estreitar o caminho entre as pequenas empresas e a rede varejista.

“Os comerciantes da região estão reunidos neste evento e o nosso papel é levar até eles os produtos das pequenas empresas para serem comercializados. Esta ação desenvolve a região através de geração de emprego e de renda. O contato direto entre as duas pontas é essencial para fechar negócios e fomentar a economia local”, analisa.

DOAÇÕES

Além de promover o desenvolvimento e a valorização do setor supermercadista mineiro por meio do Sevar, a AMIS, através do *Programa Vida*, busca contribuir com instituições locais com os donativos arrecadados durante o evento.

Durante o Sevar do Leste, em Ipatinga, foram arrecadados 260 quilos de alimentos, destinados ao Grupo “Se Toque”, uma entidade sem fins lucrativos, que atua na prevenção do câncer, orientando e estimulando a detecção precoce da doença, promovendo ajuda aos carentes e apoiando mulheres com diagnóstico de câncer de mama. 🛒

EXPOSITORES DO SEVAR DO LESTE DE MINAS

Aagrifipa; Ace Consultoria de Energia; Produtos Anchieta; Arroz Granjeiro; Cachaça Caratinga; Café Rozaminas; Café São Gotardo; Cervejaria Bruder; Classic Nature; Coafir; Coopeleste; Cruzeiro do Sul Alimentos; Empório da Serra; Empório Vila Olívia; Flor do Campo Cosméticos; Frigorífico Cruzeiro do Sul; Frisa; Ipiranga Distribuição; Laticínios Porto Alegre; Laticínios Ouro Mineiro; Marquespan; Mayor Química; Milani; Paladar; Palmito Doce Vida; Pif Paf Alimentos; Piraquê; Produtos Nayná; Qualiseg Brasil; Sabor Condimentos; Sensação de Minas; Sucos Uai - Hugo Pietro; Trigo e Arte & Cia; Tudo Bom Distribuidora; Vale do Sol; Vinícola Nova Aliança; Viver Bem.

OBRIGADO POR SUA PARTICIPAÇÃO!

SUA PRESENÇA FOI FUNDAMENTAL PARA O SUCESSO DO EVENTO E É ESSENCIAL PARA O FORTALECIMENTO DO SETOR.



SUCESSO EM NÚMEROS
 (DOIS DIAS)

39 EXPOSITORES/PATROCINADORES | **2031** VISITANTES |
26 CIDADES DO INTERIOR | **260** KG DE ALIMENTOS DOADOS



[linkedin.com/company/amismg](https://www.linkedin.com/company/amismg) | [facebook.com/amisassociacao](https://www.facebook.com/amisassociacao) | @AMISMG | www.amis.org.br | INFO: 31 2122.0500

FEITO PARA O SUPERMERCADISTA

PRÓXIMOS ENCONTROS

TRÊS CORAÇÕES 20 E 21 DE JUNHO « JUIZ DE FORA 29 E 30 DE AGOSTO

SUPERMERCADISTAS HOMENAGEIAM fornecedores com o Oscar do *trade* mineiro

AMIS PRESTA HOMENAGEM ÀQUELES QUE SÃO REFERÊNCIA DO MERCADO
COM O TROFÉU GENTE NOSSA, QUE CHEGA À SUA 33ª EDIÇÃO

O *trade* daquele que é o segundo maior mercado supermercadista do País conheceu, na noite de 21 de maio, em cerimônia realizada em Belo Horizonte, as empresas fornecedoras mais votadas en-

tre as três agraciadas com o *Troféu Gente Nossa 2018* em cada uma das categorias da premiação. Ao todo, 67 empresas foram agraciadas com a premiação, sendo 23 delas com o troféu dourado e 44 com o prata.



Fotos: Ignácio Costa



Acione o QR code para assistir o vídeo com a cobertura completa da cerimônia de entrega do *Troféu Gente Nossa Fornecedor 2018*

Os supermercadistas levaram em consideração, nos seus votos, os atributos de melhor relação comercial, atendimento e participação no mercado. Todos os procedimentos de votação, incluindo o processamento dos resultados, contou com a auditoria da Pedrosa & Auditores Associados.

O *Troféu Gente Nossa* é uma realização da Associação Mineira de Supermercados (AMIS) e já está em sua 33ª edição. Seu objetivo é valorizar as empresas fornecedoras do trade mineiro junto aos supermercadistas, de forma profissional e inovadora e oferecendo resultados e soluções de ponta para o varejo.

De acordo com o presidente da AMIS e sócio-proprietário da rede Verdemar, Alexandre Poni, a premiação é uma forma de valorizar a parceria entre supermercadistas e fornecedores. “A ideia não é eleger, mas sim valorizar a parceria do setor supermercadista com os fornecedores; por isso a importância desse prêmio”, disse Poni em seu pronunciamento na abertura da cerimônia de entrega dos troféus.

A cerimônia contou com o patrocínio da Alelo e da Falconi. Segundo o Diretor de Estabelecimentos Comerciais no Brasil, da Alelo, Márcio Alves Alencar, a empresa tem por princípio participar desses eventos, pois “entende que essa é uma forma de estar junto do setor, construindo riqueza

za e agregando valor para os clientes e parceiros”, destacou Alencar.

Por sua vez, a Falconi, por meio do seu sócio, Bruno Henrique Oliveira, ressaltou o importante papel da premiação na relação fornecedor e supermercadista. “É um evento grandioso, que a cada dia e a cada ano vem fortalecendo o varejo em Minas Gérias, em especial o segmento supermercadista”, ressaltou Oliveira.

HISTÓRIA

Criado em 1985 pelo presidente da AMIS à época, Levy Nogueira, juntamente com o Conselho Diretor, o *Troféu Gente Nossa* nasceu com o objetivo de premiar os fornecedores e supermercadistas que melhor se relacionavam com o seu consumidor. Em suas primeiras edições o *Troféu* era direcionado a apenas duas categorias: alimentação e supermercados.

Ao longo dessas 33 edições, o *Troféu* passou por várias mudanças em sua realização e também em seu visual. Categorias foram acrescentadas, o prêmio passou por renovações e o evento ganhou novos locais e formatos. Até o ano de 2003, por exemplo, só era premiado um fornecedor de cada categoria. A partir de então, três fornecedores de cada categoria são premiados, como Destaque, sendo o ganhador (o mais votado) considerado “Destaque dos Destaques”.



SAIBA COMO OS SUPERMERCADISTAS VOTARAM

1ª ETAPA - COMPOSIÇÃO DA BASE DOS FORNECEDORES A SEREM VOTADOS

Os supermercados **associados à AMIS**, com faturamento igual ou superior a R\$ 50 milhões por ano, indicaram 03 fornecedores por categoria.

A indicação foi por critérios próprios de cada supermercado ou usando como referência o levantamento “Marcas Líderes”, da Associação Brasileira de Supermercados (Abbras).

Aos quatro fornecedores mais votados pelos supermercados foram somados outros dois indicados pela AMIS (levando em conta relacionamento e apoio à Entidade), perfazendo então 06 empresas fornecedoras por categoria.

2ª ETAPA – DEFINIÇÃO DOS AGRACIADOS

Os **Associados AMIS** receberam então para votar uma planilha com os 06 fornecedores, por categoria.

Foi solicitado ao Associado que escolhesse somente 01 dos 06, ou seja, elegesse aquele que considerava o Destaque.

A AMIS recebeu os votos e, com o apoio da equipe de auditoria, procedeu à contagem geral, que permitiu identificar os 03 mais votados como Destaque de cada categoria.

Foram aplicados critérios de peso na votação. Os votos de empresas supermercadistas com faturamento de R\$ 50 milhões por ano tiveram peso 01; com mais de R\$ 50 milhões até R\$ 200 milhões, 02; acima de R\$ 200 milhões até R\$ 1 bilhão, 03 e aquelas com faturamento acima de R\$ 1 bilhão e/ou atuação nacional, peso 04.

Ao término do processamento dos votos, estavam eleitos os 03 Destaques do *Troféu Gente Nossa Fornecedor 2018*.

3ª ETAPA – ENTREGA DOS TROFÉUS

Os Destaques do *Troféu Gente Nossa Fornecedor 2018* foram então convidados para a cerimônia de entrega, realizada no dia 21 de maio, em Belo Horizonte.

Na cerimônia, todos os 03 mais votados de cada categoria foram ao palco e receberam seus troféus das mãos dos supermercadistas.

O momento foi marcado por grande emoção, principalmente porque durante a entrega acontece também a divulgação do nome da empresa fornecedora que recebe a maior votação entre as 03 mais votadas.

A divulgação foi feita pela representante dos auditores, que tinha em mãos os envelopes lacrados e, no interior deles, os nomes das empresas que receberam a maior votação em cada categoria.

À medida que as categorias subiam ao palco, os envelopes eram abertos e, então, conhecida a empresa mais votada. A campeã de votos recebeu o troféu dourado (Destaque dos Destaques); as outras duas, o troféu prata (Destaque).

Conte com a experiência da consultoria líder em gestão do Brasil que já formou mais de 500 mil executivos ao longo de 30 anos de atuação.



Prof. Vicente Falconi

CONHEÇA A ACADEMIA FALCONI

A nova plataforma de cursos online voltada para o conhecimento gerencial e a cultura de resultados. Com os cursos da Academia FALCONI você poderá solucionar problemas e elevar os patamares de resultados da sua organização, projeto ou iniciativa.

Acesse: www.falconi.com/academia



PRIMEIRO CURSO DISPONÍVEL
Fundamentos de Solução de Problemas



Consulte nossos pacotes corporativos: academia@falconi.com

Conheça as empresas agraciadas com o *Troféu Gente Nossa Fornecedor 2018*. Os nomes assinalados em **negrito** foram agraciados também como Destaques dos Destaques

▶ LIMPEZA



Felipe Martins (Mart Minas),
Sammi Calderon (P&G),
Hélio Oliveira (**Ypê**) e
Marcos Diniz (Unilever Brasil)

▶ PERECÍVEIS LÁCTEOS



Anderson Barbosa (Danone),
Reginaldo Oliveira (**Itambé**),
Rogério Oliveira (Porto Alegre) e
Bruno de Oliveira (SuperBH)

▶ PRODUTOR / AGRICULTURA FAMILIAR



Alexandre Camargo (Fazenda Vitória Uvas &
Morangos),
Otto Henrique Chaves (**Orgânicos Minas**),
Letícia Barbosa (Solarius Orgânicos) e
Epifânio Parreiras (Supermercados Sales)

A EVOLUÇÃO DO LAVA-LOUÇAS CHEGOU NA SUA GÔNDOLA.

Ypê é líder de mercado* e traz duas inovações para desenvolver a categoria no Brasil.

NOVA TECNOLOGIA QUE CONTROLA ODORES DE CEBOLA, ALHO, OVO E PEIXE.**

NOVA FÓRMULA COM INGREDIENTES QUE PROMOVEM A SENSÇÃO DE SUAVIDADE PARA A PELE.

Capim-limão
CONTROLE DE ODORE

Clear Care
TOQUE SUAVE



TENHA O MIX COMPLETO EM SUA LOJA

*Nielsen Retail Index. T Brasil até Set/Out 2017 | **Comparado a versão Ypê Neutro



▶ FRUTAS, FLORES, LEGUMES, VERDURAS E OVOS



Henrique Benassi (**Benassi Minas**),
Luiz Castro (NL Distribuidora),
Matheus Motta (Perf'fa Alimentos) e
Milson Borges (Super Maxxi Supermercados)

▶ CERVEJA



Rono Neves (Mart Minas),
Daniel Mota (**AMBEV**),
Fabrício Silva (Itaipava) e
Rubens Junior (Heineken Brasil)

▶ PÃES CONGELADOS E PÃO DE QUEIJO



Luis César (Forno e Minas),
Alysson Miranda (**Pif Paf Alimentos**),
Leonardo Castro (Trigo Arte & Cia.) e
Ronaldo Peixoto (Grupo Super Nosso)

BENASSI MINAS

DESTAQUE DOS DESTAQUES NO FORNECIMENTO DE

FLV 2018



A Benassi recebeu o troféu Gente Nossa que destaca o melhor fornecedor entre as associações do mercado mineiro

Agradecemos aos clientes, parceiros e todo o mercado mineiro a sempre nos desafiar pela inovação e busca da excelência.

Obrigado por esta grande conquista!



Frutas



Legumes



Frutas secas



Flores



Oriental

Na Benassi Minas a qualidade está em primeiro lugar!

Excelência em frutas, legumes e verduras sempre fresquinhos, selecionados com carinho, além de frutas secas, flores naturais e produtos para a culinária oriental!

benassimg.com.br
benassioriental.com.br
facebook/benassioriental

Benassi - Ceasa Contagem: (31) 3079.1300 - sac@benassiminas.com.br
Centro de Distribuição: (31) 3503.3079

Benassi
O melhor da natureza para você



▶ LEITE



Ricardo Passos (Embaré Camponesa),
Wladmir Donato (**Itambé**),
Bruno Garcia (Porto Alegre) e
Márcio Alencar (Alelo)

▶ DISTRIBUIDOR



Bruno Oliveira (Falconi),
Leandro de Andrade (**ARCOM**),
Henrique Ruas (Época) e
Leandro Franco (Martins)

▶ QUEIJOS



João Carneiro (**Porto Alegre**),
Tito Alvarengo (Tirolez),
Rono Neves (Mart Minas) e
Fernando de Oliveira (Verde Campo)



NOVIDADES
INCRÍVEIS
NO PONTO DE VENDA!



O que era bom, agora ficou incrível!

A linha Itambezinho se transformou em **Itambé Kids** e agora está mais moderna e conectada com a garotada. **Novas embalagens, com personagens da Disney Pixar - Os Incríveis 2, com a qualidade inconfundível que todo mundo adora.**

Itambé Kids - Os Incríveis 2

- Produto Licenciado da Disney Pixar: Os Incríveis 2
- Destaque na gôndola: novas embalagens.
- Nova campanha com cobertura nacional.
- Promoções e ações no PDV.



Leite é tudo

▶ CAFÉS E CHÁS



Giovanni Gonçalves Pereira (**Três Corações**),
Rodrigo Sousa (Café Pílão),
Fabrício Victor (Nestlé Brasil) e
Alexandre Poni (Verdemar)

▶ HIGIENE E PERFUMARIA



Gustavo Caram (**Colgate Palmolive**),
Sammi Calderon (P&G),
Mauro Silva (Unilever Brasil) e
Antônio Cleso (Verdemar)

▶ SUCOS PRONTOS E REFRESCOS



Geraldo Dias (**Coca-Cola Femsa**),
Victor Wanderley (Tial),
José Junior (Vilma Alimentos) e
Júlio Carraro (Fontes Supermercados)



Rituais

CAFÉS ESPECIAIS

EXPLORE SABORES E AROMAS
EM UMA JORNADA EM QUE A
ORIGEM DO CAFÉ
É SEU PRÓPRIO DESTINO.



Conheça a nova linha
de cafés especiais
da 3 Corações.
Use o leitor de QR Code
de seu smartphone.



► CARNES - AVE, BOVINO, PEIXE E SUÍNO



Valdemar Martins (Supermercados ABC), João Filho (BRF), Ailton da Silva (JBS) e Fábio Melo (Plena)

► MERCEARIA DOCE



Tarcilene de Melo (Arcor do Brasil), Giovanni Guglielmelli (Bauducco), Farley de Freitas (Marilan) e Bruno de Oliveira (Supermercados BH)

► BEBIDAS ALCOÓLICAS - EXCETO CERVEJA



Pablo Rossi (Campo Largo/Famiglia Zanolrenzi), André Lira (Concha y Toro), Cléber Slaifer (Salton) e João José de Melo (Stalo Supermercado)

**Ter seu reconhecimento é ótimo.
Receber um prêmio por isso é melhor ainda.**



**Plena. Destaque na categoria Carnes,
Troféu Gente Nossa.**

Se somos a empresa de referência no setor é porque sempre pensamos nos clientes e consumidores em primeiro lugar. Agradecemos a preferência e a confiança.

(31) 3519-3400 | plenaalimentos.com.br



▶ BEBIDAS NÃO-ALCOÓLICAS



Daniel Mota (AMBEV),
Geraldo Dias (**Coca-Cola FEMSA**),
Walter Antunes (TIAL) e
Euler Njem (Grupo Super Nosso)

▶ MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS E INSTALAÇÕES COMERCIAIS



Riccardo Zago (Arneg),
Marco Antônio da Costa (**Eletrofrío
Refrigeração**),
Junio Ferreira Lima (Perfecta) e
Júlio César (Bretas Supermercados)

▶ ANUNCIANTE GÔNDOLA



Antonio Claret Nametala
(superintendente da AMIS) e
Darlan Luiz Franco (**Start Química**)



BRASIL

AGRADECE A TODOS

os associados da AMIS pelos 2 prêmios de

MELHOR FORNECEDOR DE 2018

DE BEBIDAS NÃO ALCÓOLICAS E SUCOS PRONTOS E REFRESCOS

OBRIGADO!



► SUPRIMENTOS, EMBALAGENS E PAPELARIA



Gilson de Deus (**Supermercados 2B/Boreda**), João Lage (Ready), Ronaldo Fonseca (WR Embalagens) e Hercílio Diniz (Supermercados Coelho Diniz)

► PERECÍVEIS CONGELADOS, RESFRIADOS E EMBUTIDOS



Fernando Germano (Avivar Alimentos), Alexandre Almeida (**BRF**), Sérgio Elias de Carvalho (Pif Paf Alimentos) e Álvaro Lage (Grupo Bahamas)

► MERCEARIA ALTO GIRO



Valdemar Martins do Amaral (Supermercados ABC), Paulo Sérgio Pereira (Cargill), Flávio Brigagão (Santa Amália) e Paula Carolina de Carvalho (**Vilma Alimentos**)



COMPROMETIMENTO QUE GERA **GRANDES** RESULTADOS

IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS.



EMBALAGENS / DESCARTÁVEIS / HIGIENE & LIMPEZA / MÁQUINAS

Tel.:(32) 3339-4300
wrembalagens.com.br
vendas@wrembalagens.com.br



GALERIA





OBRI GADO



**DE TECNOLOGIA E GESTÃO A GENTE ENTENDE.
DE TER COMPROMISSO COM A SUA SATISFAÇÃO TAMBÉM!**

AGRADECEMOS AO MERCADO PELO RECONHECIMENTO DE
NOSSOS SERVIÇOS E PELA INDICAÇÃO AO TROFÉU GENTE NOSSA 2018.



SEDE: 31 3489-3300
RUA CONSELHEIRO LAFAIETE, 1899
SAGRADA FAMÍLIA . BELO HORIZONTE/MG

FILIAL: 38 3215-7201
AV. GOV. MAGALHÃES PINTO, 3170
GUARUJÁ . MONTES CLAROS/MG

econnect



WWW.SOCIN.COM.BR

WWW.SIAUTOMACAO.COM.BR

▶ TECNOLOGIA E GESTÃO



Gustavo Fleubert (**Avanço Informática**),
Rafael Rezende (Linear Sistemas),
Marcus Victorino (S&I Comércio e
Representações) e
Gilson de Deus Lopes (Supermercado 2B)

▶ PRODUTO INOVAÇÃO E/OU LANÇAMENTO DO ANO



Alexandre Poni (Verdemar),
Kleber Nakta (Apreciare Premium),
Hélio Oliveira (Detergente Ypê) e
Antônio Magela da Silva (**Linha Pró**)

GALERIA





Linear Sistemas é premiada com Troféu Gente Nossa 2018

A Linear Sistemas tem orgulho em anunciar mais uma conquista. Fomos reconhecidos pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS), como empresa referência em software de gestão para o setor supermercadista, na categoria Tecnologia e Gestão.

Obrigado a todos pela confiança!

TROFÉU
GENTE
NOSSA
FORNECEDOR 2018



linear[®]
SISTEMAS

Facilitando processos, desenvolvendo soluções

**INVISTA NA SUA
CARREIRA E NA
SUA EMPRESA.
DESENVOLVIMENTO
PROFISSIONAL
PARA O VAREJO
É COMAAMIS.**

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

Fabiana (31) 2122.0561 | **Lucas** (31) 2122.0528
R. Leivindo Lopes, 357, 6º andar | Funcionários I
Belo Horizonte | MG
cursos@amis.org.br

AMIS
Associação Mineira de Supermercados

 [linkedin.com/company/amismg](https://www.linkedin.com/company/amismg)
 [facebook.com/amisassociacao](https://www.facebook.com/amisassociacao)
 www.amis.org.br

INSCREVA-SE

**DESCONTO ESPECIAL PARA PACOTE
COM 10 CURSOS DURANTE O ANO DE 2018.
CONSULTE CONDIÇÕES.**

AGENDA JUNHO

12 JUN BH

OS DESAFIOS DO E-SOCIAL

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$ 300,00 | NÃO ASSOCIADO R\$390,00

13 JUN BH

ROTINAS DE GERENTE DE LOJA

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$ 210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00



13 E 14 JUN BH

Metodologia Falconi Consultores de Resultados

GESTÃO PARA RESULTADOS: IMPLEMENTANDO O MÉTODO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$1.800,00 | NÃO ASSOCIADO R\$2.340,00

14 JUN IPATINGA

PROMOÇÕES, OFERTAS E TABLOIDES - COMO UTILIZAR PARA ATRAIR E FIDELIZAR CLIENTES

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$ 210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

14 JUN BH

TRIBUTAÇÃO NA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS (IRPJ, IRPF, PIS, COFINS, ISS)

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

15 JUN FÓRUM JURÍDICO

COMPLIANCE NO VAREJO - PRÁTICAS E APLICAÇÕES

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$365,00 | NÃO ASSOCIADO R\$475,00

19 JUN BH

DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO E OPERACIONAL DE PREVENÇÃO DE PERDAS

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

19 JUN PALESTRA MENSAL DO ASSOCIADO AMIS POR UM VAREJO MAIS INTELIGENTE

GRATUITA PARA ASSOCIADO AMIS ADIMPLENTE | NÃO ASSOCIADO R\$100,00

20 JUN BH

NF-e E NFC-e: O QUE HÁ DE NOVO?

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

26 JUN ITAÚNA

GESTÃO ESTRATÉGICA DE PERECÍVEIS

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

26 JUN BH

KPI'S - INDICADORES OPERACIONAIS PARA SUPERMERCADO

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

28 JUN TRÊS CORAÇÕES

PROMOÇÕES, OFERTAS E TABLOIDES - COMO UTILIZAR PARA ATRAIR E FIDELIZAR CLIENTES

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

AGENDA JULHO

10 JUL BH

IMPLANTAÇÃO DO SETOR DE PIZZARIA NO SUPERMERCADO

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$ 210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

11 JUL BH

INTRODUÇÃO AO MUNDO DAS CERVEJAS ARTESANAIS

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$ 210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

12 JUL BH

MARKETING DE RELACIONAMENTO COM FOCO EM AUMENTO DE FATURAMENTO

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$ 300,00 | NÃO ASSOCIADO R\$390,00

18 JUL BH

ROTISSERIE: UM SETOR COM GRANDE POTENCIAL DE VENDAS

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

19 JUL BH

FLUXO DE CAIXA: TÉCNICAS PARA CONTROLE DA GESTÃO

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$ 210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

24 JUL BH

OS IMPACTOS DAS PERDAS NAS DIVERSAS ÁREAS OPERACIONAIS DA EMPRESA

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

24 JUL PALESTRA MENSAL DO ASSOCIADO AMIS

LEI DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL - MARCAS E PATENTES

GRATUITA PARA ASSOCIADO AMIS ADIMPLENTE | NÃO ASSOCIADO R\$100,00

25 JUL BH

CARTAZISTA

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

25 JUL UBERLÂNDIA

PROMOÇÕES, OFERTAS E TABLOIDES - COMO UTILIZAR PARA ATRAIR E FIDELIZAR CLIENTE

INVESTIMENTO: ASSOCIADO R\$210,00 | NÃO ASSOCIADO R\$270,00

IMPORTANTE: o AMIS reserva-se o direito de alterar locais, datas, horários ou cancelar o curso de acordo com o nº de inscritos. As inscrições deverão ser realizadas 02 dias antes de cada curso.



CADA HONÁRIA DOS CURSOS: 8H | HONÁRIO: 8H30 ÀS 17H30

TRADIÇÃO E BOAS AÇÕES

ALÉM DE GRANDE APOIADORA DE UMA DAS PRINCIPAIS INSTITUIÇÕES FILANTRÓPICAS DE SAÚDE DO ESTADO, O HOSPITAL DA BALEIA, REDE EPA SUPERMERCADOS DISSEMINA BOAS AÇÕES PARA TODAS AS COMUNIDADES EM QUE ATUA...

Adenilson Fonseca

Já faz bastante tempo que a rede Epa Supermercados se tornou uma grande parceira da comunidade. Primeiramente começou com o cidadão belo-horizontino e aos poucos foi aumentando essa presença para outras regiões. Mais precisamente, em 1950, com uma pequena mercearia na região. Oeste da capital mineira, depois, em 1972, presenteia os moradores da cidade com o primeiro supermercado da empresa.

Mais tarde, em 1996 decidiu dar outro presente à capital: um supermercado VIP, com foco em mais prestação de serviços e produtos diferenciados. A empresa cresceu. A capital ficou pequena para sua atuação e hoje está entre as dez maiores empresas do País com 130 lojas e 13 mil funcionários.

Além desses milhares de colaboradores que têm na empresa a sua fonte de renda e, em boa parte deles, o sustento da família, e dos milhões de clientes que encontram nesse "vizinho" o abastecimento diário, a DMA Distribuidora passou a beneficiar também um terceiro setor. Este não trabalha no

grupo, não vai às lojas, mas despertou a atenção da direção e de profissionais da empresa. Várias entidades beneficentes e pessoas que dependem delas têm no seu dia a dia o valor de outro lado da rede supermercadista, o da responsabilidade social.

Uma dessas ações é a campanha em benefício do Hospital da Baleia para construção e manutenção do Núcleo de Pediatria. O recolhimento de doações dos clientes como o troco, em espécie, ou no cartão de crédito ou débito permitiu à DMA Distribuidora apoiar esta necessidade do Hospital da Baleia que sofre pela falta de repasses do poder público. A campanha está em vigência nas lojas, sem prazo para terminar, com o objetivo de contribuir com a entidade hospitalar e amenizar a necessidade contínuade permanecer ativa no tratamento da população mais carente.

Algo próximo de R\$ 8,5 milhões numa parceria entre o Epa Supermercados e os clientes do já foram repassados ao Hospital da Baleia em dois anos de parceria. E isso só foi possível porque os

Cerca de R\$ 8,5 milhões já foram repassados ao Hospital da Baleia e utilizados no setor de Oncologia Pediátrica com mais de 90 mil atendimentos infantis, entre outras ações



Fotos: Divulgação

clientes responderam “sim” à simples pergunta dos caixas do EPA: “gostaria de doar seu troco ou qualquer outro valor para o Hospital da Baleia?”. Parceiros num inovador e exitoso projeto de captação de recursos, o EPA Supermercados e o Hospital da Baleia servem, atualmente, de benchmarking para várias instituições do País.

O grande diferencial dessa parceria foi a implantação da doação nos cartões de crédito e débito. “Depois de irmos ao Baleia para conhecer a realidade tivemos certeza de que ajudaríamos, mas a ideia era fazer algo diferente”, revela o diretor de Marketing do EPA Supermercados, explica Roberto Gosende. “Começamos a pensar na proposta da doação no cartão, porque tínhamos certeza de que alavancaria as doações”.

Porém, para possibilitar essa arrecadação, foi preciso esforço da empresa tanto no preparo dos colaboradores quanto na adaptação do sistema de recolhimento no caixas. Mas isso não foi empecilho para quem queria fazer o bem. “Fizemos um intenso trabalho com nossa área técnica para adaptar o sistema do Epa para esse fim. Deu certo e hoje temos muito orgulho em atuar como ponte entre o Hospital da Baleia e os clientes que aceitam doar qualquer valor para o trabalho da instituição”, comemora Gosende.

Ele informa ainda que o investimento em treinamento da equipe foi grande e continua diariamente para que os colaboradores, principalmente os operadores de caixa, fiquem cientes do quanto a contribuição de cada um deles é importante para esta causa. “Eles visitaram o Hospital da Baleia muitas vezes, participaram de atividades, conheceram a história de vários pacientes e tiveram acesso a informações importantes sobre a vida no Baleia e a vida do Baleia” relata o diretor.

Todo o valor doado pelos clientes do Epa é repassado integralmente ao Hospital da Baleia para manutenção da Oncologia Pediátrica. Neste período, foram feitos mais de 90 mil atendimentos infantis, incluindo 48.531 exames, 22.181 consultas, 12.403 internações, 3.244 cirurgias e 2.569 sessões de quimioterapia.



São números que a diretora-presidente do Hospital da Baleia, Tereza Guimarães Paes, faz questão de reforçar o papel de responsabilidade social da rede supermercadista ao endossar a campanha. “O Epa entendeu nosso problema e se prontificou a criar uma solução para fomentar a captação. Empresas que atuam de forma responsável no meio onde estão inseridas, com certeza, têm um diferencial competitivo no mercado. E o Epa tem dado um belo exemplo, assim como outros parceiros do Baleia”, ressalta.

A credibilidade e transparência da campanha da rede Epa com o Hospital da Baleia, como as demais doações recebidas pela instituição, são atestadas por constantes processos de auditoria, tanto do Ministério Público, quanto de auditorias externas independentes. Além disso, as prestações de contas são divulgadas no site do Hospital da Baleia e periodicamente nas redes sociais e eventos diversos.

Ainda no apoio a entidades voltadas para a saúde, a rede Epajá desenvolveu inúmeras campanhas como a “Solidariedade em Dobro”, através da qual eram recolhidas embalagens PETs de refrigerantes que eram vendidas e o dinheiro obtido era, integralmente, revertido à Associação dos Leucêmicos do Estado de Minas Gerais (Leuceminas).

Também como forma de apoiar a Leuceminas, a DMA Distribuidora promove eventos como shows e cursos voltados para a comunidade e recolhe alimentos como valor da inscrição dos participantes. Essa arrecadação é destinada à Associação dos Leucêmicos e ao Núcleo Assistencial Novo Céu, instituição filantrópica que acolhe em regime

Equipe de operadores de caixa da rede EPA durante visita ao Hospital da Baleia, em Belo Horizonte

de abrigo crianças e adultos com paralisia cerebral em situação de vulnerabilidade social.

CULTURA, ESPORTE E LAZER

As ações sociais da rede Epa estão presentes também no incentivo ao esporte. Além de ações de apoio ao esporte amador, em várias oportunidades a empresa se fez presente como patrocinadora do futebol profissional no interior mineiro. Especialmente nas regiões do Vale do Rio Doce e do Vale do Mucuri, o Epa é principal patrocinador do Esporte Clube Democrata, time de futebol de Governador Valadares. Outra equipe beneficiada com o apoio da rede foi o América Futebol Clube, de Teófilo Otoni e também o Democratas FC de Sete Lagoas, além do Ipatinga FC de Ipatinga. Ou seja, quando abriu suas lojas nessas cidades veio logo a preocupação de apoiar a comunidade local.

A rede Epa é ainda patrocinadora oficial do evento Aproxima, criado pelo chef Eduardo Maya, realizado em comunidades carentes. O objetivo é incentivar as pessoas a produzirem e comercializar seus pratos ou iguarias como alternativa de profissão e renda.

Na esfera cultural, a empresa realizou por muito tempo o Cinema na Praça. Uma ação objetivando democratizar o acesso à arte, com a exibição de filmes nacionais em pontos diferentes da Região Metropolitana de Belo Horizonte, levando lazer e entretenimento para toda a família.

Ainda como incentivo à cultura, a rede supermercadista promoveu o Sábado Cultural, em parceria com o Sesc em diversos pontos da região metropolitana de Belo Horizonte. As ações voltadas para a comunidade, oferecendo, gratuitamente, recreação para crianças como teatro, diversas

oficinas, além de biblioteca móvel e exames de saúde como aferição de pressão arterial, glicemia entre outros.

“BRASILEIRINHOS”

A DMA patrocinou, durante quase uma década, e apresentou em seus eventos o talento de jovens egressos do programa infanto-juvenil do Centro Educacional Professor Estevão Pinto (CEPEP), instituição não governamental, sem fins lucrativos, de utilidade pública e integrada ao terceiro setor, que atende cerca de 360 crianças. O grupo “Os Brasileirinhos” é formado por meninos e meninas que fizeram iniciação musical através da flauta doce com as voluntárias Ernânia Porto e Maria da Glória Ottoni. Hoje, tem um rico repertório erudito, além de músicas de vários países.

COLETA DE ALIMENTOS

A Companhia das Obras do Brasil, com o apoio da Fondazione Banco Alimentare da Itália, trouxe para o País o Dia Nacional da Coleta de Alimentos, nos mesmos moldes do evento realizado na Itália. “A rede Epa participa desde a sua primeira edição cedendo as lojas, oferecendo estrutura necessária para a coleta e contribuindo para o êxito da ação”, detalha Gosende.

As doações são pesadas, encaixotados e encaminhados para bancos de alimentos e outras entidades locais que já atuam na coleta e distribuição dos produtos. Belo Horizonte, com o apoio decisivo da Rede Epa, costuma ser a segunda cidade no ranking de coleta, atrás apenas de São Paulo.

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

Na esfera ambiental, a empresa é reconhecida por desenvolver e sustentar projetos de

Uma criativa campanha: os caminhões da DMA transportam mensagens educativas e de alerta para questões de grande alcance social



relevância para a preservação do meio ambiente, como a instalação de ilhas ecológicas em seus pontos de venda para recolhimento de materiais recicláveis, óleo, lâmpadas, pilhas e baterias. Itens que poderiam ser descartados de forma incorreta e trariam grandes prejuízos ambientais.

A rede promove, ainda, a reciclagem de papel, papelão e plástico, bem como o tratamento do esgoto gerado nas lojas, evitando que as contaminações possam chegar aos rios, lagoas e consequentemente ao mar.

Na parte de energia elétrica, o Epa tem substituído as lâmpadas fluorescentes por luminárias de LED, que trazem até 80% de economia de energia em relação às lâmpadas tradicionais e tem uma vida útil bem mais longa. Ou seja, além de economizar no consumo de energia, representam menor geração de lixo.

As caixas de madeira que ainda são permitidas no setor de hortifrutis são enviadas para empresas de reciclagem que as transformam em serragem para fabricação de novos produtos. Os restos de subprodutos bovinos, gerados nos setores de açaogue, são encaminhados para reaproveitamento nas indústrias de fabricação de ração animal.

TRÂNSITO MAIS SEGURO

Há cerca de 3 anos, muito mais do que o sortimento das lojas, os veículos da DMA Distribuidora transportam uma importante mensagem. Os baús dos caminhões foram adesivados com dizeres de incentivo à segurança no trânsito. Como a frota percorre grande parte do estado de Minas Gerais e Espírito Santo as mensagens contribuem para alertar os motoristas nas estradas e na cidade sobre a importância de um trânsito mais seguro.

A campanha leva mensagens educativas aos usuários do trânsito e alertam para situações que causam acidentes e mortes diariamente, mas que, ainda assim, os motoristas as ignoram. São frases como “Respeite o ciclista”; “Use o cinto de segurança”; “Celular e volante não combinam” ou “Gentileza no trânsito é legal”.

Atualmente, toda a frota circula com uma campanha voltada para a necessidade de denunciar toda e qualquer forma de violência contra a mulher, idosos, crianças e até o meio ambiente...

Assim, pode-se dizer que a DMA Distribuidora, além de sua tradição no mercado e da geração de empregos, busca atuar em muitas ações de cunho socioambiental. Ou seja, além de saldo positivo nas suas operações, visa também ao bem-estar da comunidade onde atua.

HOSPITAL DA BALEIA

É uma instituição filantrópica com 73 anos de história pautada no atendimento humanizado e na excelência na prestação dos serviços de saúde. Cerca de 85% dos atendimentos feitos no hospital são para pacientes do SUS vindos de mais de 80% dos municípios mineiros. A instituição é referência estadual em Oncologia Adulta e Pediátrica, Ortopedia, Pediatria, Nefrologia, Cirurgia geral e no tratamento de fissuras labiopalatais e deformidades craniofaciais. 🛒

PARA SABER MAIS

- www.hospitaldabaleia.org.br - (31) 3489-1660
- DMA Distribuidora
www.epa.com.br – 31 3389-5555
- Leuceminas: 31 3412-4187
- <https://www.facebook.com/pages/Leuceminas/266781510046414>





O novo entendimento do STJ e o aproveitamento de créditos de PIS E COFINS SOBRE INSUMOS NA ATIVIDADE SUPERMERCADISTA

Uma das questões tributárias mais sensíveis às empresas comerciais, especialmente ao setor supermercadista, é a interpretação do conceito de “insumos”, previsto nas Leis nº 10.637/2002 e 10.833/2003, para fins de aproveitamento de créditos não cumulativos de PIS e COFINS.

Tal controvérsia ganhou novo capítulo com o julgamento, pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ), do Recurso Especial nº 1.221.170, cujo acórdão foi publicado em 24 de abril deste ano.

No julgamento, ocorrido sob a sistemática dos recursos repetitivos, prevaleceu o entendimento, capitaneado pela Ministra Regina Helena Costa, no sentido de que o conceito de insumo,

para efeitos do creditamento de PIS e COFINS, deve ser aferido à luz dos critérios da essencialidade ou relevância, considerando-se a imprescindibilidade ou importância de determinado bem ou serviço para o desenvolvimento da atividade econômica desempenhada pelo contribuinte.

O caso julgado pelo STJ envolveu uma indústria alimentícia, restando definidos como insumos os “custos gerais de fabricação”, sendo negados, porém, créditos sobre “despesas gerais comerciais”.

Contudo, apesar do Norte dado pelo STJ, a questão continua extremamente casuística, devendo-se analisar as possibilidades de creditamento de acordo com as atividades desenvolvidas por cada pessoa jurídica. Nessa ótica, entendemos que não podem ser negados créditos sobre algumas despesas essenciais a empresas eminentemente comerciais, pois atendem aos critérios de essencialidade e relevância.

Especialmente no que se refere aos supermercados, apesar de exercerem primordialmente a atividade comercial, estes, cada dia mais, tornam-se estabelecimentos produtores e prestadores de serviços. Exemplos disso são os setores de padaria, rotisserie, açougue, além da comercialização de produtos com marca própria, realização de cursos etc. Tais atividades, mesmo na ótica mais restritiva, certamente possibilitariam o aproveitamento de créditos sobre os insumos nelas aplicados.

"Entendemos que não podem ser negados créditos sobre algumas despesas essenciais, pois atendem aos critérios de essencialidade e relevância"

Agora, com a decisão do STJ, entendemos que algumas outras despesas essenciais à atividade supermercadista são passíveis de enquadramento no conceito de insumos. Por exemplo, despesas com embalagens para acondicionamento de mercadorias e taxas pagas a administradoras de cartões de crédito e débito, ou, ainda, despesas com terceirização de mão de obra (permitida após a reforma trabalhista).

É importante ressaltar, por outro lado, que, mesmo com a decisão do STJ, a questão ainda não se encontra devidamente pacificada no que tange ao setor comercial.

No passado, o STJ já havia negado a supermercados o aproveitamento a créditos sobre despesas operacionais como representação comercial (comissões), marketing, limpeza e vigilância. Agora, porém, a Corte começa a redefinir a questão, estando sob julgamento, por exemplo, o crédito sobre as citadas taxas de administração de operadoras de cartões, já com votos favoráveis ao contribuinte.

Também é importante frisar que o Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (CARF) já vem aplicando a orientação do STJ, afastando, portanto, a interpretação restritiva pretendida pela Receita Federal do Brasil.

Recentemente, a Câmara Superior do CARF, pautada no entendimento do STJ, ao analisar o caso de uma indústria alimentícia, entendeu que para aproveitamento dos créditos deve-se verificar (i) a pertinência do bem ou serviço ao processo produtivo; (ii) a essencialidade ao processo produtivo; e (iii) a possibilidade de emprego indireto do insumo no processo de produção.

Certamente esse entendimento pode ser aplicado aos supermercados, uma vez que o processo produtivo não pode ser entendido apenas como o ato fabril, devendo, sim, envolver todas as etapas desde a aquisição da matéria-prima até a

entrega do produto acabado ao consumidor. Assim, todos os custos e despesas compreendidos nessas etapas devem assegurar o direito ao crédito, observadas, obviamente, as demais restrições, como o pagamento a pessoas físicas.

Em suma, a orientação fixada pelo STJ lança luzes à necessidade de análise pormenorizada do processo produtivo de cada empresa, de modo a se identificar os custos e despesas passíveis de creditamento.

Por fim, é também fundamental destacar que deve ser avaliado com critério a forma de aproveitamento de eventuais créditos, de modo a serem evitados riscos à saúde financeira da empresa. 🛒

PARA SABER MAIS

• E-mail: eduardo@adadv.com.br.

nosso!

A Ready Rótulos & Etiquetas, orgulhosamente informa que é ganhadora do Troféu Gente Nossa 2018, na categoria Embalagens, Suprimentos e Papelaria. Agradecemos esta grande conquista a AMIS e a todos os Clientes que escolheram e confiaram na Ready!



READY[®]
Rótulos & Etiquetas
ISO-9001

Faça seu rótulo com quem é GenteNossa!

31 2537-7700

@readydobrasil

BOA OPORTUNIDADE PARA ECONOMIZAR

NOVOS EQUIPAMENTOS PARA CARTÕES DE CRÉDITO E DE DÉBITO TRAZEM ECONOMIA SIGNIFICATIVA NOS MEIOS DE PAGAMENTO, PRINCIPALMENTE NOS PEQUENOS VAREJOS

Adenilson Fonseca

Britânica entrega seu cartão de crédito à operadora de caixa para que o utilize no terminal de pagamentos

Menores taxas, zero de custo com mensalidade, sistemas compatíveis com praticamente todas as bandeiras de cartões. No pacote estão ainda serviços que ajudam na gestão de caixa da empresa.

Essas são algumas das múltiplas soluções oferecidas pelas maquininhas de cartão que vêm ganhando força no mercado.

Dependendo da bandeira é possível também contratar soluções como gestão de vendas



Fotos: Ignácio Costa

com acompanhamento do histórico por valor, quantidade de transações, faturamento e ticket médio. Há ainda a integração com o sistema do banco. Ou seja, uma ajuda e tanto para todos os portes de empresa. Aliás, essa é mais uma vantagem: equipamento e sistema de operação compatível com pequenos, médios e grandes comércios.

VARIEDADE

A variedade é grande e cada uma promete ser a solução em serviços, oferecendo simplificação no manuseio, maior aceitação das diversas tecnologias, além contribuir com o controle financeiro da loja. Os modelos também são vários, desde as mais populares e tradicionais no mercado, aos recentes lançamentos ainda mais modernos e mais completos.

TEF E POS

Existem varias especificações técnicas e modos de conexão, mas, grosso modo, as principais máquinas de cartões são as TEF (Transferência Eletrônica de Fundos), as mais usadas em grandes comércios, ligadas à internet ou à linha telefônica e fixas no sistema de caixa da loja. A grande revolução vem ocorrendo nas POS (Point Of Sale, ou, traduzindo, ponto de venda), que também podem ser fixas. Mas a maior oferta é nas maquininhas móveis conectadas por 3G ou 4G dos tablets e celulares por wi-fi ou por bluetooth.

Especialmente os pequenos negócios vêm aproveitando essa oportunidade, já que o volume de vendas não permite uma boa negociação com os modelos tradicionais do mercado. São soluções que trazem redução de custos, pela possibilidade de substituir as máquinas de grandes bandeiras, que não conseguem oferecer taxas competitivas para o pequeno varejo. É também uma forma de oferecer ao cliente mais um meio de pagamento e a possibilidade de que as vendas sejam maiores. "Eu pagava mais de R\$ 100 de mensalidade, hoje pago R\$ 30", ilustra o proprietário do minimercado Augusto e Vitória, localizado em Pará de Minas, Anderson Almeida.





MÃO NA RODA

O sócio-proprietário do Supermercado Agnelo, uma loja com dois checkouts no bairro São Benedito, em Santa Luzia, na Grande BH, disse que já usou a maquininha, mas por um período muito pequeno, quando houve um problema na rede de telefonia no bairro. Na oportunidade, “foi uma mão na roda”, disse ele. “Ficamos com ela mais ou menos uma semana e realmente ajuda muito”, informa.

Apesar do pouco tempo de experiência, ele gostou e pediu à filha que comprasse o equipamento para ter mais essa facilidade de pagamento a oferecer ao cliente. “Já era para ter comprado”, reforça.

Anderson Almeida, do minimercado Augusto e Vitória, disse que já pensava em acabar com o serviço de cartão de crédito na loja, porque os custos da máquina tradicional estavam muito elevados. Foi quando o banco ofereceu a opção da maquininha com taxas menores e o fez mudar de ideia e manter as vendas no cartão. “Depois que passou para essa máquina com preços menores, estou gostando”, avisa. “Se cair um pouco mais, é melhor ainda”, disse ele ao avaliar a possibilidade de adquirir outra maquininha com custos ainda mais baixos.

É mesmo com essa intenção de reduzir custos que o proprietário do Supermercado São Pascoal, com dois *checkouts*, localizado no bairro Caiçara, em Belo Horizonte, Eli Correa, está adquirindo a maquininha junto ao banco onde a empresa tem conta. “Estou negociando e eles já isentaram a taxa bancária e cederam a máquina de graça”, informa. Ele disse que nunca trabalhou com o equipamento, mas tem informações de que as condições “são muito boas”.

DEMANDA CRESCENTE

As maquininhas de cartão mostram sua força num momento bastante adequado, especialmente para o varejo supermercadista. No setor em que os empresários fazem milagres para conseguir uma média de 2,3% de lucro líquido, pagar



até 7% e 8% para empresas donas de cartões é um contrassenso. E isso tem levado um número cada vez maior de varejistas a buscar alternativas com cobranças mais amenas.

Essa onda do varejo sacudiu também as empresas fornecedoras dessas soluções que passaram a oferecer mais opções. Com isso, esses dispositivos menores têm ganhado espaço. Se não chegam a substituir totalmente as máquinas tradicionais, forçam a redução dos preços de taxas ou mesmo levam as operadoras a investirem na criação da maquininha.

O campo a ser conquistado é grande, já que os cartões têm uma fatia considerável dos meios de pagamentos no setor. Nos caixas dos supermercados mineiros, 61,7% das transações são feitas com cartões. Os de crédito de terceiros ficam com 28,2% desses pagamentos e os de débito com 20,4%. Os cartões de alimentação cor-

respondem à fatia de 10,3%. Os cartões próprios das redes são responsáveis por 2,8%. Em âmbito nacional, esse número geral é até maior do que a média mineira: 64,8%. Os dados são da Associação Brasileira de Supermercados (Abras) com base em números de 2017.

DINHEIRO DE PLÁSTICO

De acordo com o balanço dos números do setor de meios eletrônicos de pagamento elaborado pela Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), também de 2017, o valor transacionado em cartões no País chegou a R\$ 1,36 trilhão. Foram R\$ 842,6 bilhões em cartões de crédito, R\$ 508 bilhões no débito e R\$ R\$ 6,6 bilhões no pré-pago. O crescimento sobre os dados de 2016 foi de 12,4%, 12,6% e 68,8%, respectivamente. Outro dado importante revelado pelo balanço 2017 da Abecs é quanto à

Acima, o TEF instalado em caixa de loja da rede Super Nosso, em Belo Horizonte; na página ao lado, consumidora utiliza cartão de débito para pagar sua compra

PAGSEGURO TEF: CONCILIAÇÃO INTEGRADA E ALTA DISPONIBILIDADE

- TAXAS COMPETITIVAS PARA SEU NEGÓCIO
- FLEXIBILIDADE NOS PLANOS DE RECEBIMENTO, INCLUSIVE EM D+1
- OFERECE GRÁTIS OS PRINCIPAIS MODELOS DE PINPADS DO MERCADO



**CONCILIAÇÃO
INTEGRADA**

**SEM TAXA MENSAL
DE CONECTIVIDADE**

**EXTRATO
ELETRÔNICO
GRATUITO**

PAGSEGURO.COM.BR/TEF

 **pagseguro**
UOL **TEF**



Inventada por civilizações anteriores aos romanos, a moeda de metal ainda é usada, mas ninguém sabe mais até quando será

frequência de uso do cartão. Segundo o levantamento, 96% dos consumidores usam o cartão de crédito todo mês e 55% usam pelo menos um dia por semana.

Se feita uma fotografia dos pagamentos no varejo, o retrato que se tem é de que as transações com cartão vêm crescendo ano a ano. Ainda de acordo com a Abecs, de 2007 a 2017 os pagamentos usando esse meio, levando em conta todos os cartões, cresceram de forma ininterrupta.

REDUÇÃO DE TAXAS

Segundo o Banco Central, de 2010 a 2017 a média da taxa descontada do lojista pelas

operadoras nas compras com cartão caiu de 2,95% para 2,75% nas operações a crédito, e de 1,58% para 1,51% no cartão de débito. Porém, as despesas com aluguel de POS e com conectividade aumentaram 65%, atingindo 18% do custo médio dos estabelecimentos comerciais ao aceitarem cartões. Ou seja: o que a loja ganha por um lado, perde por outro, já que as taxas com aluguel reduzem boa parte dos benefícios conseguidos com a diminuição na taxa de desconto. Mas isso deverá mudar daqui para frente, com as novas opções. E as máquinas com taxas menores têm mesmo muito espaço para crescer. 🛒



CREDIBILIDADE.

FALAMOS COM MAIS DE 2,5 MILHÕES DE TELESPECTADORES TODOS OS DIAS. OFERECEMOS AS MAIS DIVERSAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS, EM UMA ÁREA QUE COBRE MAIS DE 815 MIL DOMICÍLIOS COM TV, SÃO INTERVALOS, EVENTOS, TELEJORNALIS, PROGRAMAS LOCAIS E NACIONAIS. TUDO ISSO ALINHADO A PROFISSIONAIS CAPACITADOS, UMA PROGRAMAÇÃO DE QUALIDADE E A LIDERANÇA ABSOLUTA NA FAIXA HORÁRIA DAS 6H ÀS 24H, PROPORCIONANDO VISIBILIDADE E CRESCIMENTO PARA SUA MARCA. É A INTER TV CADA VEZ MAIS PERTO DE VOCÊ.

GOVERNADOR VALADARES
(33) 3212-4450

VALE DO AÇO
(31) 3841-9400

WWW.G1.GLOBO.COM/VALES

DIFÍCIL DE FAZER?

Compre pronto

EMPRESAS SUPERMERCADISTAS INVESTEM NA COMPRA DE PÃES CONGELADOS AO INVÉS DE FABRICAR NA LOJA. PRATICIDADE, CONSTÂNCIA NO PADRÃO DE QUALIDADE E ECONOMIA COM MÃO DE OBRA SÃO AS PRINCIPAIS JUSTIFICATIVAS

Adenilson Fonseca

Está difícil encontrar bons padeiros? A qualidade dos produtos na padaria está oscilando muito por problemas na receita ou mudança de profissionais? Isso é fácil de resolver. É só contratar uma empresa que forneça todas essas soluções.

Foi o que fez Ronildo Silva Sobrinho, ou Rony, como é mais conhecido, diretor da rede Marken Supermercados no Leste de Minas Gerais. Quatro lojas da empresa, em Divino das Laranjei-

ras, Governador Valadares, Itabirinha e Mantena, já contam com pães congelados entregues pelo fornecedor. Os equipamentos são fornecidos pela indústria, assim como um mix com 180 itens, que representam 80% dos produtos da padaria.

A parceria, iniciada há dois anos e meio, deu tão certo que, até o fim de 2019, as outras cinco unidades da Marken Supermercados e mais uma em construção terão as padarias nesse sistema de operação. "A primeira coisa muito relevante que a





gente tem que pontuar é que o padeiro é um profissional difícil de conseguir e de manter e, com esse trabalho, é só ter uma pessoa que consiga assar o produto”, justifica o diretor.

A rede Super Vale, com quatro lojas em Poços de Caldas, há cerca de três anos trabalha com um fornecedor que entrega na empresa duas vezes por semana. O mix é composto de itens como o tradicional pãozinho de sal, baguete, pão de queijo, broa, pão italiano e pão australiano. Para o diretor do supermercado, Márcio Roberto de Oliveira, a relação vai além de uma parceria comercial pela assistência que recebe. “Eu digo que é mais do que um fornecedor, é um prestador de serviços”, ilustra.

EM EXPANSÃO

Esses fornecedores vêm crescendo no Estado e conseguindo cada vez mais clientes. Não há dados de entidades que congregam esse segmento de indústria quanto à sua expansão ou participação de mercado. Mas, pelas informações das empresas, o crescimento chega a uma média de 20% a 25% ao ano. Com presença frequente desses fabricantes nos eventos do setor, não é difícil constatar a qualidade do produto e a praticidade para disponibilizar ao consumidor pães quentes várias vezes ao dia dependendo da demanda e isso tem aguçado cada vez mais o interesse de

Acima, a massa congelada de pão já chega ao supermercado no formato final e é colocada nas formas na padaria do supermercado; na página ao lado, o pãozinho de sal sendo preparado para o consumo com manteiga

**A QUALIDADE QUE
VOCÊ PRECISA NA
PARCERIA QUE
VOCÊ PROCURA**



**Acesse nosso site e confira a nossa
linha completa de produtos!**

Pães de Sal | Pães Doce | Pães Especiais
Pães Integrais | Roscas | Salgados | Folhados
Croissants | Churros | Pães de Queijo | Mini Pizza
Quiches | Bolos | Cookies e Brownies

VENDAS@CRIOPAN.COM.BR

31 3691-1381

AV. BEIRA RIO, Nº820
DISTRITO INDUSTRIAL SIMÃO DA CUNHA
CEP: 33.040-260 | SANTA LUZIA/MG
WWW.CRIOPAN.COM.BR



Com o produto que recebeu do fornecedor, equipe da padaria de supermercado prepara as formas que serão levadas ao forno

supermercadistas. De uma forma geral no setor, a parceria se concentra na parte de panificação, porque toda a confeitaria continua com fabricação própria.

Caminhando no mesmo sentido, redes de todos os portes vêm investindo nessas parcerias. Existem muitos exemplos de supermercados que preferem esse modelo de operação com equipamentos e produtos congelados fornecidos pela indústria. A rede Supermercados BH usa o sistema de terceirização da produção dos pães na maioria das lojas. Segundo o comprador da área de panificação da empresa, José Antônio de Mendonça, a compra do pão congelado ao invés de produção própria tem várias vantagens como as de manter o padrão do pão e o benefício da redução da mão de obra.

O diretor do Super Vale também aponta a dificuldade de encontrar profissionais como uma das vantagens da parceria com o fornecedor. “O padeiro é uma mão de obra muito escassa”, diz. A

rede deixou de depender de seis a oito padeiros que saíram da empresa, foram para o mercado, mas continuam clientes do Super Vale, segundo Oliveira.

QUALIDADE

Ele ressalta ainda que a parceria “só tem vantagens”. Uma delas, muito destacada por outros supermercadistas é a manutenção da qualidade dos produtos de forma igual em todas as lojas. A indústria disponibiliza um profissional que acompanha os equipamentos e os produtos nos supermercados Super Vale. Uma atuação que traz tranquilidade para o supermercadista. “O atendimento é muito bom”, ressalta Oliveira.

Rony, do Marken, também confirma que o fornecedor elimina a dependência da loja em relação ao padeiro e continua com o produto de qualidade como antes. Ele lembra que quando troca o padeiro há variação dos pães e, na maioria das vezes, para pior. “Se você perder o padeiro, perde o

sinônimo de qualidade em Pães Congelados

A **TRIGO ARTE & CIA**
OPERECE OS
MELHORES
PRODUTOS E SERVIÇOS
EM PANIFICAÇÃO
CONGELADA.
**VOCÊ, PROPRIETÁRIO DE
UM EMPREENDIMENTO,
SEJA ELE DE PEQUENO
OU GRANDE PORTE,
CERTAMENTE DESEJA:**

- Um número maior de pessoas circulando na loja;
- Elevação do ticket médio;
- Padronização na qualidade dos produtos;
- Amplo mix de produtos (mais de 150 itens);
- Redução de insumos, encargos e salários;
- Maior rentabilidade do seu negócio...

**ESTAS E OUTRAS VANTAGENS
VOCÊ TERÁ COM A
TRIGO ARTE & CIA.**
GARANTA A SATISFAÇÃO DO
CLIENTE EM SUA LOJA!

www.trigoartecia.com.br

**Trigo
Arte & Cia**

Entra no forno ainda congelado e sai pronto para o consumo



padrão do produto, mas com o pão congelado, treinar uma pessoa que só vai assar o produto é muito mais fácil. Então, pode se dizer que a gente acaba com esse risco na nossa operação”, comemora.

COMODATO

Rony lembra ainda que a montagem da padaria é composta de equipamentos caros e, com a parceria, o investimento “é mínimo”, porque esses equipamentos são entregues em comodato pelo fornecedor. Soma-se a isso o treinamento dos funcionários, porque a mão de obra do supermercado encarregada de operar o maquinário e de assar os pães é preparada pela indústria.

Outro diferencial do fornecedor que atende a rede Marken é que, quando há um item regional com demanda muito forte na padaria da rede, o fornecedor leva para a fábrica e desenvolve um produto similar para atender o cliente. “Então eu nunca fico sem aquele produto carro-chefe na padaria. Eles têm um mix com 180 itens e, basicamente,

eu não vou ficar sem nenhum produto que vendo na loja. Isso é um diferencial”, reconhece.

O supermercado Nobre, uma a loja de 350 metros quadrados e quatro check outs situado em Maria da Fé, no Sul de Minas, trabalha com pães congelados desde junho de 2015. Uma parceria por meio de contrato de comodato com a indústria que fornece equipamentos como forno, freezers, armários, além do treinamento dos colaboradores. Em contrapartida, exige o compromisso de compra exclusiva da marca, o que não é problema. “Vale muito a pena, pois temos uma margem real muito boa, sendo reconhecido que a principal vantagem é a qualidade do pão, formato, textura e opção de sabores”, informa o gerente geral e sócio-proprietário do supermercado, Fernando Mota Corrêa.

12 ANOS

No supermercado Esquinão com três lojas em São João Del Rey, uma em Tiradentes e uma

Bread & Life

O Futuro da Panificação

*Inovação em congelados
para o seu negócio.*

Vantagens de ser uma empresa parceira:

- Recebimento, em caráter de comodato, dos equipamentos para refrigeração, fermentação e assamento;
- Visitas técnicas de reparo e manutenção dos equipamentos;
- Técnico de panificação disponível para treinar o manuseio dos equipamentos, formas de assar e armazenar os produtos.

**Mais de
100 variedades
de produtos congelados!**



Entre em contato com nosso Departamento Comercial e seja nosso parceiro.

31 3592.1223

31 98756.7656 

31 99342.1742

comercial@breadelife.com.br

www.breadelife.com.br



em Santa Cruz de Minas, a padaria também é operada por meio de parcerias com um fornecedor dos pães congelados, basicamente restrito ao pãozinho de sal e o pão doce. Os demais itens são feitos pela própria empresa.

Segundo o supervisor de padaria da rede, Jackson Bartolomeu Peixoto, as encomendas totalizam de 12 mil a 14 mil quilos de pães por mês e os pedidos são feitos pelo próprio encarregado de loja.

Peixoto avalia que ao comprar o pão congelado, o supermercado tem muitos ganhos. Ele é outro a citar a redução de uma mão de obra difícil de conseguir como um dos pontos positivos. São dois padeiros por loja, de acordo com o supervisor, o que totaliza uma economia com dez profissionais nas padarias e o resultado final é garantido. “Sabendo trabalhar, é um produto muito bom, sim”.

Faz 12 anos que a rede Supermercados BH trabalha com pães congelados fornecidos por quatro empresas diferentes e, segundo Mendonça, quem conhece esse sistema de gestão da padaria não volta para a produção própria. “Porque a compra de pães congelados, não impede a loja de produzir outros itens se o dono quiser. Além disso, sobra mais tempo para fazer produtos de maior valor agregado”, analisa.

SEM RUPTURA

A pontualidade na entrega é outro fator destacado pelos supermercadistas. Na rede

Marken, o abastecimento ocorre semanalmente em todas as unidades. E o que é bom vai melhorar segundo Rony. Ele informa que a indústria parceira da rede está montando um centro de distribuição em Governador Valadares, o que vai significar ainda mais frequência nas entregas. “Aí vamos ter um atendimento quase que diário”, comemora.

O comprador da rede Supermercados BH, José Antônio Mendonça, também disse que praticamente não há ruptura de produtos por falhas na entrega. Exceto se houver problemas graves de trânsito, ou casos extremos como a recente paralisação dos caminhoneiros em todo o País. O que ocorreria mesmo com a padaria própria, já que causaria desabastecimento de insumos ou mesmo ausência dos colaboradores por falta de transporte.

“Outra vantagem é a eficiência na entrega”, ressalta Fernando Correa, do supermercado Nobre, que compra, em média, R\$ 3 mil em produtos por semana. Uma parceria que ele não teria receio em indicar a outros colegas supermercadistas. “Recomendaria com certeza, uma empresa idônea, de respeito e sempre do lado do cliente, dando suporte necessário e apoio com treinamento e lançamento de produtos procurando sempre inovar”, ressalta.

No Esquinão, de São João Del Rei, as entregas nas lojas são feitas nas segundas e nas quintas-feiras. “A entrega é muito fiel mesmo”, garante o supervisor Jackson Peixoto. 🛒



- ✔ 14 anos de atividade no ramo de panificação congelada.
- ✔ Temos um rigoroso controle de produção, onde aplicamos o Manual de Boas Práticas de Panificação.
- ✔ Entregas feitas em veículos próprios garantindo a qualidade dos produtos e prazos de entrega.
- ✔ Temos como principais valores a excelente qualidade e padronização dos nossos produtos, para isso utilizamos somente, matéria prima de primeira linha.

www.superminas.org.br

SUA **MARCA** NO
LUGAR CERTO
PARA O **PÚBLICO**
CERTO.

CONFIRA TODAS AS
COTAS DE PATROCÍNIO E
GARANTA JÁ A SUA
PARTICIPAÇÃO

16
17
18

PALESTRAS,
OFICINAS,
FEIRA E
BONS
NEGÓCIOS

OUT.

EXPO-
MINAS

BELO HORIZONTE / MG

32º CONGRESSO E FEIRA
SUPERMERCADISTA E DA PANIFICAÇÃO



SUPER
MINAS[®]

FOOD SHOW 2018

Patrocínio
Evento Ferriteiro



Patrocínio
Secretaria



Patrocínio
Prêmios e Negociação



Patrocínio
Almoço Reseição
Diretoria Amis/Almas



Realização



**PATROCÍNIO
PALESTRAS**

Presente em todos os locais de palestras e workshops.

**PATROCÍNIO
EQUIPE
LIMPEZA**

Excelente oportunidade para divulgação de marcas nos ambientes onde são utilizados produtos de limpeza e no uniforme da equipe.

**PATROCÍNIO
JANTAR VIP**

Evento nobre que abre a Superminas. Ambiente apropriado para relacionamento e negócios com as principais lideranças de Minas Gerais e do Brasil.

**PATROCÍNIO
EVENTO
FEMININO**

Evento com presença das principais decisoras, influenciadoras e representantes do trade supermercadista e panificador mineiro.

**PATROCÍNIO
SALA VIP**

Ponto de encontro de diretores, gerentes e demais lideranças do setor, em um ambiente exclusivo e diferenciado.

**PATROCÍNIO
SECRETARIA**

Certeza de visibilidade, já que todo o público presente no evento se dirige à secretaria para informações, credenciamento e esclarecimentos de dúvidas.

**PATROCÍNIO
ESTACIONA-
MENTO**

Divulgação de marca nos principais pontos do estacionamento, com visibilidade para a maioria do público presente.

**PATROCÍNIO
CARAVANAS**

Responsável pela viabilização do transporte de supermercadistas e panificadores do interior e líderes regionais.

**PATROCÍNIO
OFICIAL
PLATINUM**

Principal patrocinador do evento, de maior visibilidade. Pacote completo de contrapartidas, presente em todos os ambientes da feira.

**PATROCÍNIO
OFICIAL
DIAMANTE**

Segunda maior cota de patrocínio, grande exposição de marca e diversas possibilidades de ativação.

**PATROCÍNIO
OFICIAL
OURO**

Terceira maior cota de patrocínio, com exposição de marca nos principais ambientes da Superminas.

**PATROCÍNIO
REUNIÃO/ ALMOÇO
DIRETORIA AMIS / ABRAS**

Momento especial para fortalecimento de marca junto as principais lideranças nacionais e estaduais, com forte presença do interior e capital.

**PATROCÍNIO
NEGÓCIOS E
RELACIONAMENTO**

Patrocinador da promoção que sorteia um carro 0km e outros prêmios para quem faz negócios na feira. Vinculação da marca a negócios e relacionamento.

COMERCIAL

EGLADSON COELHO

31 2122 0538 | egladson.coelho@amis.org.br

MARCELO SANTOS

31 2122 0523 | marcelo@amis.org.br

Empresas que oferecem condições especiais para a associados da AMIS

Supermercadistas associados da AMIS e seus funcionários têm à disposição facilidades na contratação de plano odontológico, apólice de seguro, sistema de gestão de PDV, consultoria jurídica, registro de patentes e marcas, entre outros.

Para ter acesso ao benefício, basta o associado entrar em contato com a empresa e se identi-

ficar como filiado, informar a razão social e o CNPJ, para concessão do produto ou serviço com condições exclusivas.

As empresas que desejam fornecer e apresentar seus serviços ou produtos para supermercadistas devem entrar em contato com o setor de Relacionamento da AMIS, por meio do telefone (31) 2122-0500 ou relacionamento@amis.org.br. 🇧🇷

ÁREA	EMPRESA	DESCRIÇÃO	BENEFÍCIO	CONTATO
TECNOLOGIA	SOFT BOX I-VENDAS	O iVendas captura automaticamente informações no PDV com análise em tempo real, ajudando a empresa e o empresário com informações estratégicas para tomada de decisão.	30% de desconto para Associado AMIS	www.ivendas.com.br (34) 3221-8838
TECNOLOGIA	AVANÇO INFORMÁTICA	Empresa especializada em tecnologia do varejo, com venda de softwares de operação de loja.	Software NOVOERP em "nuvem" de R\$ 229,90 por R\$ 149,90 em 2018 Carência de 3 meses na cobrança da 1ª (primeira) mensalidade. Adicional do SPED: R\$ 90,00 - gratuito para associado AMIS nos primeiros 12 meses a contar da data de assinatura do contrato com o associado. Adicional de PDV: R\$ 30,00/Mês por caixa.	www.avancoinfo.com.br avanco@avancoinfo.com.br (31) 3025-1188
SEGURO	QUALISEG ASSESSORIA EM SEGUROS	A empresa oferece produtos como Seguros Patrimoniais, Seguros de Frotas, Seguros de Vida, Responsabilidade Civil, Seguro Garantia e Medicina Ocupacional.	Valor exclusivo para Associado AMIS (Consulte valores)	www.qualisegcorretora.com.br 0800 701 4506 qualiseg@qualisegcorretora.com.br
SAÚDE	BELO DENTE	Para a saúde dos associados e colaboradores o mais novo convênio é o celebrado com a Belo Dente, uma das maiores operadoras odontológicas do País.	Mensalidade de R\$ 11,98 e uma coparticipação de R\$ 5 por procedimentos para Associado AMIS.	www.belodente.com.br (31) 3048-6100
JURÍDICA / TRIBUTÁRIA	STRATUS CONSULTORIA	Classificação do cadastro de produtos na NCM e tributação do PIS e CONFINS, recuperação dos créditos do PIS e CONFINS do período analisado, retificação do DACON e do EFD CONTRIBUIÇÕES do período analisado.	20% em forma de desconto nos valores de serviços. *Cobrança limitada em 10% sobre serviços tributários.	www.stratusconsultoria.com.br ivanor@stratusconsultoria.com.br (47) 3276-6805
JURÍDICA / TRIBUTÁRIA	ANDRADE SILVA ADVOGADOS	Direito ambiental, corporativo, societário, marcado de capitais, tributário, fusões, aquisições, operações estruturadas, reestruturação e recuperação de empresa.	Condições exclusivas para associados	David Andrade david@andradesilva.com.br contato@andradesilva.com.br http://www.andradesilva.com.br (31) 2103-9560 (31)3287 - 4282
JURÍDICA / TRIBUTÁRIA	BORN HALMANN	Serviços especializados na área tributária, por meio da ferramenta IMPOSTO CERTO	Condições exclusivas para associados *Cobrança limitada em 10% sobre serviços tributários.	www.bornolutions.com.br (31) 3483-6266 ricardo@bornolutions.com.br

JURÍDICA / TRIBUTÁRIA	AUDIT BRASIL	Soluções completas para estoque: redução de despesas e problemas por meio da geração de inventário automático; redução de multas e autuações referentes à movimentação de estoque fiscal; correção de dados de estoque para compras mais eficientes.	Condições exclusivas para associados *Cobrança limitada em 10% sobre serviços tributários.	(31) 2526-0017 cindio@mendesbrasilconsultoria.com.br www.mendesbrasilconsultoria.com.br
JURÍDICA / TRIBUTÁRIA	E-AUDITORIA SOFTWARES	Ferramentas completas e totalmente focadas em Auditoria Digital. Aplicativos: e-Auditor, e-Consulta, e-Drive, e-360, e-Simulador, e-Atendimento.	20% de desconto nos valores de seus software. *Cobrança limitada em 10% sobre serviços tributários.	www.e-auditoria.com.br frederico@e-auditoria.com.br (32) 3212-4324
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	CIEE	Seleção, contratação de ESTAGIÁRIO E APRENDIZ com foco em supermercado, incluindo seguro, acompanhamento escolar, acompanhamento familiar e desenvolvimento de atividades de formação complementar com o aprendiz.	Os Associados da AMIS terão uma dedução de 10% a 20% sobre os recursos a serem repassados ao CIEE/MG para administração dos programas de estágio e aprendizagem	www.ciee.org.br 31 - 3429-8109 3429-8144
JURÍDICA / TRIBUTÁRIA	ARRIEIRO & DILLY SOCIEDADE DE ADVOGADOS	Consultoria tributária; Contencioso tributário; Consultoria societária; Direito Penal.	Associado tem condição diferenciada	31-3318-1501 eduardo@adadv.com.br
JURÍDICA / TRIBUTÁRIA / TRABALHISTA / EMPRESARIAL	SGARBI & MAGALHÃES	Consultoria tributária complexa, envolvendo aspectos e definições de planejamentos e operações tributárias relevantes, suporte a planejamentos e operações societárias, trabalhistas e empresariais; Serviços de revisão e compliance fiscal, apuração e assessoria em procedimentos fiscais diversos, programas de anistia, regimes especiais, negociações com órgãos da Administração Pública e procedimentos de due diligence fiscal e tributária.	Condições exclusivas para associados	sgarbiemagalhaes.com.br (31) 3234-2270 (31) 3223-5990 sgarbimagalhaes@sgarbimagalhaes.com.br
JURÍDICA - EMPRESARIAL	ABM ADVOGADOS ASSOCIADOS	Assessoria especializada em Direito Empresarial com ênfase no Direito Tributário, do Consumidor e do Trabalho.	Condições exclusivas para associados	www.andrebarrosdemoura.com.br (31) 3047-9838 abmouraadvogados@uol.com.br
JURÍDICA - TRABALHISTA	GONTIJO MENDES	Direito Trabalhista	Condições exclusivas para associados	Gabriel Damião Jansen www.gontijomendes.com.br (31) 3290-8700 (31) 3290-8701
AMBIENTAL	AMBITO	Consultoria e orientação na área ambiental.	Condições exclusivas para associados. Direito a uma consulta gratuita via atendimento jurídico pela AMIS.	www.ambito.com.br (31) 2121-7575
AMBIENTAL	SEJA COR	Consultoria e orientação na área ambiental.	Condições exclusivas para associados. Direito a uma consulta gratuita via atendimento jurídico pela AMIS.	lizabeth@sejacor.com.br (31) 98806-7374
MARCAS E PATENTES	PRÓPRIA MARCAS E PATENTES	Registro de marcas e patentes	Condições exclusivas para associados	www.propriamarcas.com.br propria@propriamarcas.com.br (31) 3213-4877
CERTIFICAÇÃO DIGITAL	CERT BH	O Certificado Digital é um documento eletrônico usado para identificar pessoas físicas e jurídicas, servidores e softwares no mundo digital.	Tabela e link exclusivo com desconto em todas as modalidades	atendimento@certbh.com.br (31) 3646-4010 (31) 99982-6052
CONTABILIDADE	CONTABILIDADE RIACHO	Consultoria tributária; Consultoria em formação de custos; Acompanhamento em fiscalizações estaduais; Revisão cadastral dos produtos; Toda área contábil/processual em supermercados.	Condições exclusivas para associados	(31) 2568-2115 marcelo@contabilidaderiacho.com.br
CONSULTORIA CONTÁBIL	CONSULFORTE	Consultoria Contábil	Condições exclusivas para associados	(21) 9778-5355/(31) 9267-5807/ marcos@consulforte.com.br

Tira manchas e limpador geral da Saif

A marca Saif amplia sua presença em Minas com um portfólio que inclui a embalagem econômica do *Tira Manchas Poder O2 Saif*, ideal para remoção de todos os tipos de manchas, como as de gordura, vinho tinto, sucos de frutas, grama, café, chás, manchas causadas por animais domésticos, tintas de caneta à base de água, refrigerante, sujeira de terra. Outro item do portfólio é o limpador de uso geral com alto poder de limpeza e ação rápida sobre todos os tipos de gorduras e manchas difíceis, deixando a superfície com muito mais brilho. Indicado para: box, torneiras, azulejos, banheiras e cubas.



Divulgação

Azeite de oliva extra virgem premium da Castelo

Acaba de chegar ao mercado o novo Azeite de Oliva Extra Virgem Castelo Seleção, produzido em Portugal, feito com azeitonas maduras, criteriosamente selecionadas e extraído a frio para conservar as propriedades dos frutos. De textura suave e aroma marcante, o novo azeite da marca se caracteriza pelo sabor frutado e leve picância persistente. Trata-se de tempero ideal para massas, risotos, saladas verdes, queijos delicados, pescados, frutos do mar e legumes salteados. O azeite de oliva *Premium* da Castelo tem acidez de apenas 0,2%, contra 0,5% e 1% da maioria dos produtos da categoria. A acidez baixa revela que a gordura do azeite está em estado perfeito, sem oxidação ou deterioração, e mantém as propriedades funcionais que beneficiam o bom desempenho do organismo.

Itambé reposiciona sua linha infantil

A Itambé traz ao mercado uma novidade: o reposicionamento de sua linha infantil, agora intitulada *Itambé Kids*. O novo conceito foi criado para deixar a marca mais moderna e conectada com o *target* e com o propósito de levar o leite para o dia a dia das crianças de uma forma mais divertida, mostrando que o leite comum que elas conhecem se transforma em diversos outros produtos gostosos que consomem ao longo do dia, como o achocolatado no café da manhã, o leite fermentado ou o *petit suisse* na sobremesa. O portfólio chega aos supermercados com embalagens de “Os Incríveis 2”, novo filme da Disney/Pixar. A escolha desses personagens simboliza a transformação da marca. É uma família aparentemente normal, mas com integrantes superpoderosos que viram heróis. A entrada dos personagens na linha infantil chega no momento em que o segundo filme da série está com estreia marcada para o dia 28 de junho nos cinemas de todo o Brasil.

Apiciare lança tendência na linha de iogurtes

A Apiciare, mais uma vez, demonstra seu firme propósito em criar tendências ao incluir em sua linha os iogurtes *Apiciare Triplo Zero*, pois são zero lactose, zero gordura e zero adição de açúcares. Um dos diferenciais da marca é unir atributos como saúde e inovação em produtos que não deixam de ser saborosos, o que permite aos consumidores que desejam ou necessitam de uma dieta mais equilibrada se alimentarem sem abrir mão do sabor.



Divulgação

**NÃO TENHA
DÚVIDAS: A REVISTA
GÔNDOLA É O
MELHOR E MAIOR
VEÍCULO PARA
FALAR COM O
SUPERMERCADISTA
MINEIRO.**

MAIS DE 90.000 PROPRIETÁRIOS E
LÍDERES DO VAREJO LEEM GÔNDOLA,
A REVISTA OFICIAL DO 2º MAIOR
MERCADO SUPERMERCADISTA
DO BRASIL.

**ANUNCIE NA REVISTA LÍDER
ABSOLUTA DO SETOR EM
MINAS GERAIS**

(31) 2122-0528 - (31) 2122-0561
lucas.miranda@damis.org.br
fabiana.carneiro@damis.org.br

Gôndola

O TÍQUETE DE CAIXA vai acabar

SECRETARIA DA FAZENDA DE MINAS PREPARA A IMPLANTAÇÃO DA NFC-E, QUE TORNARÁ FACULTATIVA PARA O CONSUMIDOR A EMISSÃO DE CUPOM NO CAIXA DO SUPERMERCADO. PREPARE-SE



Davidson Lisboa

A Secretaria de Estado da Fazenda de Minas Gerais (Sefaz/MG) anunciou recentemente que vai começar a utilizar a Nota Fiscal de Consumidor Eletrônica (NFC-e) em janeiro próximo. Em decreto divulga-

do no dia 17 de dezembro de 2017, a Sefaz/MG confirmou que o novo modelo vai substituir o cupom fiscal e obrigatório no varejo em geral e confirmou janeiro de 2019 em nota publicada em seu website no início de junho.



Com o objetivo de reduzir custos com obrigações acessórias aos contribuintes, a Nota Fiscal de Consumidor Eletrônica (NFC-e) é uma nova alternativa aos varejistas que visa substituir os atuais documentos fiscais em papel (cupom fiscal emitido pela ECF e nota fiscal modelo 2 de venda ao consumidor). Além disso, detém um controle fiscal aprimorado para as administrações tributárias.

Prevista para entrar em vigor a partir do mês de julho deste ano, a nova NFC-e vem sendo testada em algumas empresas voluntárias e pode trazer benefícios tanto para empresas quanto aos consumidores, tornando o processo mais ágil por conta da transmissão em tempo real, além de integração e possibilidade de usar o produto em tecnologias de mobilidade.

IMPRESSÃO FACULTATIVA

Para o contador e gestor da Contabilidade Riacho, com sede em Contagem, Marcelo Faria, os

benefícios para o empresário vão desde a economia de papel até a praticidade no momento da emissão da nota.

“O empresário, a partir da NFC-e, terá a liberdade de comprar qualquer impressora. A obrigatoriedade de lacrar a impressora não mais existirá. Isso cortará custos, já que qualquer impressora poderá ser usada. A impressão passa a ser facultativa por ordem do cliente; com isso, a economia de papel. Contadores terão acesso imediato assim que um cupom digital for emitido pelo contribuinte, tendo mais acessibilidade fiscal”, conta Faria.

Para o consumidor, Faria afirma que vai facilitar o dia a dia em termos de praticidade, principalmente no momento de efetuar qualquer troca de produtos, ou até mesmo para variados fins em que seja necessária a utilização do documento.

“Para os clientes não será mais necessário guardar o cupom fiscal; será apenas necessá-

Movimentação de clientes na frente de caixa de uma das lojas Super Nosso, em Belo Horizonte





Impressora utilizada pela rede Supermercados Tonin em uma de suas lojas no estado de São Paulo

rio ter o número da NFC-e, e *online* poderá trazê-lo de forma integral. Com isso, vários fins como devolução do produto, declaração de IRPF e comprovação de custos ficarão mais práticos”, ressalta Marcelo Faria.

NFC-E E CUPOM ELETRÔNICO

Embora pareçam ser o mesmo documento, ambos possuem funções distintas no varejo. A NFC-e é emitida e arquivada eletronicamente pelos contribuintes cadastrados junto à Secretaria da Fazenda em cada Estado brasileiro. Como é um documento digital, a validação jurídica se dá através da assinatura digital do estabelecimento emissor e pela Secretaria da Fazenda, que concede a Autorização de Uso. As transações comerciais de venda (presencial ou virtual com entrega em domicílio) realizadas com pessoas físicas e jurídicas, desde que não ocorra geração de crédito de ICMS ao comprador, podem ser documentadas através da NFC-e.

Se solicitado pelo consumidor, o tíquete de caixa será impresso, porém constará nele também o QR code

Já o Cupom Fiscal Eletrônico, conhecido também como CF-e-SAT (Cupom Fiscal Eletrônico do Sistema Autenticador e Transmissor), é um documento que, assim como a Nota Fiscal de Consumidor Eletrônica, substitui o Cupom Fiscal. Entretanto, o Cupom Fiscal Eletrônico apresenta uma estrutura diferente da NFC-e.

Esse documento possibilita uma maior garantia em processos judiciais, devido à assinatura do certificado digital. Enquanto que a NFC-e pode ser emitida em qualquer impressora, o Cupom Fiscal Eletrônico só pode ser emitido por meio do SAT, que é um equipamento que envia os dados diretamente para o sistema da Secretaria da Fazenda, tudo de uma forma obrigatoriamente eletrônica.

Na rede Supermercados Tonin, que possui 3 unidades em Minas Gerais e 11 no formato atacarejo no estado de São Paulo, a vice-presidente Elisa Tonin afirma que as unidades do estado paulista utiliza o SAT, juntamente com o sistema de ECF-Escrituração Contábil Fiscal.

EM SÃO PAULO

“Em São Paulo usamos o SAT, ainda misto com ECF, pois como a ECF tem validade de cinco anos, somos obrigados a trocar somente após a expiração da validade”, afirma Elisa Tonin. Já nas unidades de Minas Gerais, embora esteja em uso a ECF em função da não obrigatoriedade, Elisa fala que a rede já está preparada para adaptar-se ao modelo eletrônico.

“Em Minas, como ainda não existe a obrigatoriedade do novo documento eletrônico, continuamos com a ECF, mas estamos prontos para cumprir a legislação pois acreditamos que não será tão diferente de São Paulo e podemos migrar o que já é feito lá, pra cá”, acredita Elisa.



MOBILIDADE

Em tempos em que o celular é item essencial no dia a dia das pessoas, o novo documento fiscal, além de proporcionar economia, vai também tornar mais rápido e acessível diversas informações que poderão ser acessadas de qualquer local.

De acordo com Gustavo Fleubert, diretor da Avanço Informática, é enfatizada a utilização do ponto de venda em “nuvem”, que proporciona agilidade em datas sazonais de maior fluxo, como Dia das Mães e Natal.

“A NFC-e permite a utilização do PDV em “nuvem”, facilitando o uso da tecnologia no ponto de venda e a abertura de mais caixas (PDVs) em momentos de pico como Dia das Mães e Natal sem burocracia, atendendo os consumidores com mais conforto e agilidade”, diz Fleubert.

Além disso, ressalta a utilização do sistema de resposta rápida por meio do QR Code como um dos maiores diferenciais desse novo documento. “Temos ainda disponibilizado o QR Code que dá acesso aos clientes às informações do NFC-e de qualquer lugar, sendo este um grande diferencial”.

SUPERMERCADOS

No que diz respeito ao dia a dia dos supermercados, o contador Marcelo Faria afirma que o novo sistema não vai impactar de forma significativa o funcionamento dos estabelecimentos, uma vez que seja dada atenção especial ao cadastro.

“Acredito que o dia a dia do supermercadista não mudará muito, tanto no sentido de infraestrutura quanto em processos, desde que tenha esforço dobrado no sentido de qualidade no ca-

Quando a **NFC-e** chegar conte com a **número 1** em supermercados



Somos reconhecidos há **7 anos consecutivos** pelo Troféu Gente Nossa da AMIS



O uso do celular para pagamentos cresce em todo o mundo e a NFC-e está em sintonia com esta tendência; tíquete de caixa com o QR code

da de uma forma geral, já que os cupons não serão autorizados com a falha cadastral”, lembra.

Gustavo Fleubert ratifica que o processo operacional da venda para o consumidor final muda pouco no segmento e aponta que a principal mudança é o procedimento de impressão.

“A principal mudança é que os itens serão impressos primeiramente em tela e somente após a comunicação do software com a SEFAZ e autorização da NFC-e o cupom será impresso. Por isso a importância de um cadastro correto, pois quando a NFC-e é rejeitada o transtorno no PDV é grande. Importante ressaltar que operações fiscais existentes, como Redução Z e Memória Fiscal, deixam de existir e o software de automação deve estar preparado para isso.

CONEXÃO

O diretor da Avanço Informática ressalta ainda que um dos desafios com relação à implan-

tação do novo sistema está na estruturação da comunicação do estabelecimento com o Fisco.

“Percebemos que nos clientes da Avanço em outro estado o maior desafio é a instabilidade da comunicação, motivada pelo Fisco ou por questões internas. Em momentos em que a comunicação é interrompida existem opções de autorização em contingência, mas isso gera necessidade de transmissão futura e outras obrigações, de acordo com a legislação estadual. Em Minas Gerais ainda não temos a legislação publicada, mas o melhor é transmitir *online* e finalizar o processo em somente uma operação”, ressalta Fleubert.

Nas lojas do Superatacado Tonin, em São Paulo, a vice-presidente Elisa Tonin enfatiza não ter tido problemas quanto ao uso do SAT, bem como em relação à adaptação do consumidor.

“Com relação à rotina das lojas, não muda em nada, assim como o consumidor, que também não teve muita alteração no momento de efetivar a sua compra”, enfatiza Eliza.

FIQUE ATENTO

Para implantar o sistema, o empresário deve se atentar para alguns pontos relevantes que podem afetar o funcionamento do novo sistema. Para Marcelo Faria, os principais são a conectividade e o cadastro de mercadorias.

Já Gustavo Fleubert vai além e ressalta alguns requisitos básicos como certificado digital, cadastramento na SEFAZ, além da infraestrutura, e alerta para outros riscos.

“A parte inicial, básica, a maioria cumpre bem, mas a Avanço acredita que nas questões internas existem diversos riscos. Dados fiscais incorretos causam a rejeição da NFC-e pelo Fisco, gerando transtornos com os clientes. Cuidado com o backup dos XMLs das NFC-e autorizadas, procedimento necessário e exigido em outros estados. Além do risco cibernético, que pode ocorrer quando o estabelecimento exagera na abertura da internet aos pontos de venda e não tem o devido cuidado com seu certificado digital”, alerta Fleubert. 🚩



AUTOMAÇÃO QUE GERA INFORMAÇÃO

BELO HORIZONTE

Mais perto para melhor lhe atender

Quer saber como melhor usar a
TECNOLOGIA DA AUTOMAÇÃO COMERCIAL
a favor do seu negócio? A **OTKA** irá te assessorar!

Prezamos agilidade nos negócios, valorização do potencial humano, ótimo relacionamento com parceiros, colaboradores, fornecedores e clientes e buscamos sempre a eficácia em nossas atuações.

VELOCIDADE + ADAPTABILIDADE = AGILIDADE NOS NEGÓCIOS!

➤ ATENDIMENTO ON SITE ou EM LABORATÓRIO

- Assistência Técnica Corretiva e Preventiva
- Atendimento VIP (mínimo 3h)
- Contrato de Locação
- Instalação e Treinamento
- Suporte Telefônico 8x5

➤ VENDAS E ASSISTÊNCIA TÉCNICA EM EQUIPAMENTOS

- Autorizada das principais fabricantes nacionais e importadas.
- Técnicos treinados para acompanhar a evolução do Mercado.
- Atendemos todas as necessidades em automação, serviços, locação e vendas.



PRODUTOS E SERVIÇOS

- Coletores de dados
- Etiquetas eletrônicas
- Balanças
- Terminal de consulta
- Terminais multifuncionais
- Jade - X7 Auto-Serviço
- IMPRESSORAS: de cartão, de alto desempenho, transferência térmica para tags e etiquetas, industriais, comerciais e portáteis
- Leitores de códigos de barras

MAIS UM ANO
ESTAREMOS
PRESENTES NA



FOOD SHOW 2018

32º CONGRESSO E FEIRA
SUPERMERCADISTA E DA PANIFICAÇÃO

16, 17 e 18
DE OUTUBRO EXPO-MINAS
BELO HORIZONTE / MG

APOIO:



Matriz SP (11) 3386.0100
Filial MG (31) 3021.5455
Al. das Falcatas, 675 - sl 01 - Belo Horizonte
www.otka.com.br



Com Café Jequitinhonha é assim:
qualidade e resultado que geram lucro
para o seu negócio.

Estamos prontos para atender você!



cafejequitinhonha.com.br

Siga nossa redes sociais  [cafejequitinhonha](https://www.facebook.com/cafejequitinhonha)  [@cafejequitinhonha](https://www.instagram.com/cafejequitinhonha)

