

# Gôndola

COBERTURA ESPECIAL SUPERMINAS 2018

DEZEMBRO 2018

## PRONTOS PARA NOVOS TEMPOS

Com presença maciça e volume de negócios superando todas as expectativas, supermercadistas e panificadores renovam na Superminas 2018 o otimismo e se preparam para os novos tempos de Minas e do País que se iniciam em 2019



*e mais:*

### • TROFÉU GENTE NOSSA SUPERMERCADISTA 2018

Conheça os finalistas do Oscar dos supermercados de Minas Gerais

• GOVERNANÇA CORPORATIVA: ALÉM DA SEGURANÇA, ELA PODE TRAZER LUCRO TAMBÉM

• UM NICHU CADA VEZ MAIS FORTE:  
AS CERVEJAS "PURO MALTE" GANHAM ESPAÇO

• SAIBA COMO ESCOLHER OS EQUIPAMENTOS PARA MONTAR OU RENOVAR SUA PADARIA





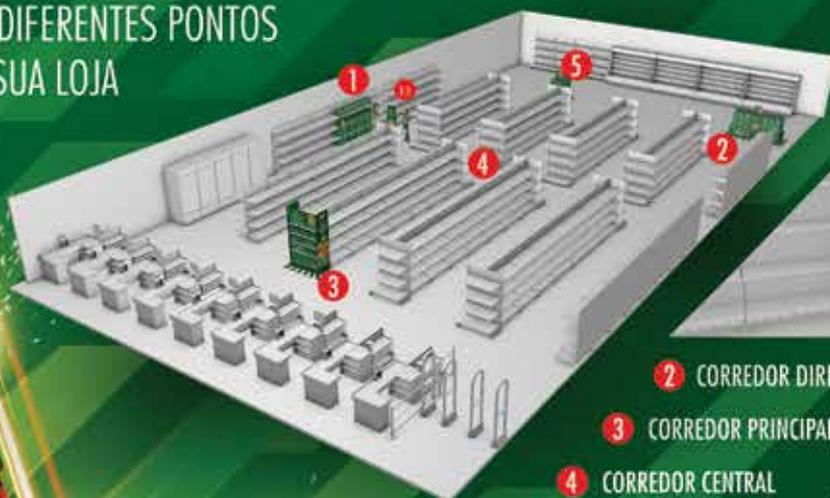
# FÓRMULA 1 GRANDE PRÊMIO HEINEKEN DO BRASIL

## ACELERE SUAS VENDAS COM HEINEKEN, PARCEIRA GLOBAL DA FÓRMULA 1.

**A MARCA LÍDER DO SEGMENTO PREMIUM, COM 26,6% DE REPRESENTATIVIDADE NO AUTOSSERVIÇO.**

Fonte: Nielsen Retail Index Ago 18 TT. BRASIL CANAL OFF.

EXECUÇÃO DE EXCELÊNCIA EM DIFERENTES PONTOS DA SUA LOJA



- 1 PONTO NATURAL CERVEJAS
- 1.1 COMPRE E GANHE

2 CORREDOR DIRETOR

3 CORREDOR PRINCIPAL

4 CORREDOR CENTRAL

5 AÇOUQUE/REFRIGERADOS



Mais de 1.700 PDVs impactados com materiais de visibilidade e ações de valor para o seu cliente

### ALTO INVESTIMENTO EM MÍDIA

- ALCANCE **NACIONAL**
- 82% DE COBERTURA DO TARGET, + DE 980 MM DE IMPACTOS
- PATROCÍNIO DE GRANDES EVENTOS
- OUT OF HOME
- FILME VEICULADO EM OPEN TV E PAY TV
- CONTEÚDOS NO FACEBOOK E INSTAGRAM



APRECIAR COM MODERAÇÃO.

VENDEDOR E CONSUMIDOR PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS.

SAC 0800 888 1010

Di ligthtop, F1 FÓRMULA 1 e F1, além das marcas F1, FÓRMULA 1, FIA FÓRMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX e relacionadas são marcas registradas da Formula One Licensing BV, uma empresa da Formula 1. Todos os direitos reservados.



# Superminas e mais

Todo ano é o mesmo desafio. Acompanhar momento a momento a Superminas e depois fazê-la caber dentro da revista. E a cada ano é mais difícil o encaixe, pois a Superminas se renova e se supera e, junto com ela, GÔNDOLA tem que fazer o mesmo. Desta vez tivemos que utilizar 101 páginas, um novo recorde! Vale destacar nestas páginas, além do conteúdo produzido por nossos repórteres e fotógrafos, também a presença das indústrias e demais fornecedores do setor supermercadista por meio de anúncios, igualmente em quantidade recorde. É o gigantismo e a grande relevância em atualização e negócios da Superminas, que ultrapassa os limites do Expominas e chega até você, leitor. Esperamos que nosso esforço corresponda à sua expectativa e mereça sua atenção. O mesmo desejamos para as outras reportagens desta edição. Elas aguardam sua atenção e, certamente, vão merecê-la. Não deixe de ler uma ótima sobre governança, assim como uma que fala das cervejas “puro malte”, que estão alavancando vendas na categoria; e outra que trata da montagem de uma padaria de supermercado. Temos também reportagem sobre o trabalho que vem sendo feito pela rede Uberaba Supermercados e o nascimento de uma importante central de redes em outubro, a HiperValor. Em suma: uma edição sob medida para você que atua direta ou indiretamente no setor de supermercados de Minas e do País.

Boa leitura!

**Giovanni Peres**  
Editor



REPORTAGEM DE CAPA

Trazemos para você a Cobertura Especial da Superminas 2018. Confira

62

10

**HIPERVALOR**

Uma nova central acaba de nascer, movimentando R\$ 1,2 bilhão por ano

30

**"PURO MALTE"**

As cervejas artesanais levaram as premium para um upgrade

50

**TROFEU GENTE NOSSA SUPERMERCADISTA 2018**

Conheça os finalistas do Oscar do trade mineiro

161

**GIRO PELO MUNDO**

Na seção internacional de GÔNDOLA, as novidades do varejo mundial

38 ARTIGO SEJACOR

47 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** Epifânio Parreiras (Supermercado Sales), Gilson de Deus Lopes (Supermercado 2 B), 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** os jornalistas Fernando Rocha e Ana Paula Motta, na cobertura da Superminas 2018; Luciana Sampaio, na reportagem sobre panificação e designer Alysson Paiva na criação da capa **Fotografia** Fotografia Ignácio Costa; e exclusivamente na cobertura da Superminas 2018, Ronaldo Almeida e Vítor Mendes **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)

Modo de  
preparo:  
o seu.



Vilma. A receita é você.



Chegou o novo refresco Vilma 10g!

Disponível nos sabores:

Abacaxi, Caju, Goiaba, Laranja, Limão,  
Manga, Maracujá, Morango e Uva

- Faz 1 L
- Já vem adoçado
- Rico em Vitamina C
- Bebida de baixa caloria
- Não contem glúten



**Vilma**  
ALIMENTOS

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





# NOVOS TEMPOS



Alexandre Poni  
Presidente do Conselho  
Diretor da AMIS

Neste momento, em que celebramos o Dia Nacional do Supermercado e fazemos a entrega do Troféu Gente Nossa Supermercadista 2018 aos profissionais e às empresas que se destacaram em Minas e no País, é importante ressaltar a relevância do nosso setor.

Os supermercados mineiros empregam, diretamente, 190 mil pessoas e, mesmo em meio às dificuldades econômicas que o país tem enfrentado, não retrocederam seus investimentos, ampliaram suas vendas e contribuíram para o controle da inflação e a retomada do desenvolvimento.

Nada disso seria possível sem os supermercadistas e seu espírito empreendedor. Por isso, cumprimento e agradeço, em nome da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), a todos os agraciados.

Outro agradecimento que não poderia ficar para outra oportunidade: a Superminas 2018. GÔNDOLA está de-

dicando 101 páginas, nesta edição, para relatar este megaevento que realizamos em outubro no Expominas, em Belo Horizonte, em mais uma demonstração da dimensão alcançada pelo encontro em sua 32ª edição.

*É preciso ressaltar, aqui, a expressiva presença dos supermercadistas mineiros de todas as regiões de Minas e de vários estados brasileiros, a robusta participação de nossos fornecedores e o clima de profissionalismo, negócios e otimismo como os destaques desta 32ª Superminas.*

Aos supermercadistas, seus fornecedores, e aos nossos parceiros panificadores, o muito obrigado da AMIS e os parabéns pelo excelente evento que estamos comemorando juntos.

Certamente, o sucesso da Superminas 2018, além de refletir a pujança dos supermercados e da panificação de Minas, é um sinal de otimismo em relação aos novos tempos que podem estar a caminho.

Sigamos confiantes e em frente! 🛒

# MOSTRAMOS NOSSA FORÇA NO SUPERMINAS FOOD SHOW!



**Estivemos no Superminas 2018 exibindo toda a qualidade dos nossos produtos, fazendo negócios e parcerias.** A Embalando Lixo tem compromisso com a qualidade e com o futuro. Nossas sacolas de lixo são reforçadas e produzidas com material 100% reciclado em parceria com recolhedores de plásticos. Temos uma logística própria para atender os centros de distribuição com rapidez e pontualidade. Tudo isso para garantir a satisfação dos representantes, supermercadistas e dos consumidores.

**EMBALANDO  
LIXO**

**Seja um representante ou peça nosso catálogo**  
Rua Carlos Chagas, 202 - Cidade Nova - Santana do Paraíso/MG  
(31) 3822-6050 - [embalandolixo.comercial@outlook.com](mailto:embalandolixo.comercial@outlook.com)



Logística  
própria



Pontualidade na  
distribuição



Condições de  
pagamento



100%  
reciclado

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

visite nossas redes sociais  



Fachada da  
maís nova loja  
do Uberaba  
Supermercados,  
inaugurada em  
outubro, em  
Vespasiano, na  
Região  
Metropolitana da  
Grande BH

# REFERÊNCIA EM supermercados E NAS CARNES

*SÃO CINCO SUPERMERCADOS E 18 AÇOUQUES FORMANDO A REDE UBERABA,  
COM FORTE PRESENÇA EM BELO HORIZONTE E EXPANSÃO NA REGIÃO METROPOLITANA*

Davidson Lisboa

**T**udo começou com o açougue, em 1981, que se tornaria famoso como Frigorífico Uberaba e hoje está espalhado pela Capital mineira, com 18 lojas de carnes. Uma empresa familiar, sendo Eurípedes José da Silva o líder, que com muito esforço, dedicação e trabalho fez do Uberaba uma potência no ramo de distribuição de carnes e, agora, no segmento de supermercados, com cinco lojas.

Eurípedes não é muito de falar e resolve passar o bastão para o seu fiel escudeiro, que está

no Grupo há 35 anos, Francisco Silva. Ele é Diretor Comercial da rede Uberaba Supermercados e conta como foi sair do açougue e partir para o supermercado. Na época, ele ainda gerenciava um dos açougues quando, aos poucos, foi surgindo a primeira unidade do Uberaba.

“A primeira loja surgiu há 15 anos, no bairro Planalto, onde era um açougue, e a partir de um risco que arqueei por minha conta. A diretoria colocou dinheiro e eu fui comprando alguns produtos como leite, itens de mercearia, hortifruti e bebidas.

**"A primeira loja surgiu há 15 anos, no bairro Planalto, onde era um açougue"**

Tudo de acordo com o que o cliente pedia. Foi assim que surgiu a primeira loja", diz Francisco.

#### PRESENTE

Hoje, são cinco lojas do supermercado concentradas em Belo Horizonte e uma recém-lançada na Região Metropolitana, em Vespasiano, que inclusive possui uma estrutura invejável, com açougue e padaria, onde no segundo andar da unidade estão todos os equipamentos necessários para conservação das carnes e produção dos pães que são comercializados na loja. Além disso, a rede conta com mais de 250 itens de marca própria, que vão desde carvão, vassouras, até produtos como embutidos e conservas.

A rede conta com cerca de 250 itens de marca própria



**multi**  
**Frio**  
Refrigeração

O seu frio na medida certa

**PROJETOS DE CÂMARAS FRIGORÍFICAS  
DE PEQUENO À GRANDE PORTE,  
E TUDO QUE VOCÊ PRECISA PARA REFRIGERAÇÃO.**

Solicite seu orçamento!  
(16) 2101.7700  
[www.multifrio.com.br](http://www.multifrio.com.br)





“A primeira marca própria foi a vassoura; depois, passamos para o carvão e hoje temos mais de 250 itens em praticamente todas as categorias da loja, que estampam a marca do Uberaba, e que os fornecedores são os mesmos desde então”, conta Francisco. Ele relata que além da padaria, açougue e marcas próprias, o Uberaba ainda conta com frota própria de caminhões e um Centro de Distribuição em Vespasiano.

Francisco ressalta que durante a greve dos caminhoneiros a rede de supermercados não passou por problemas de abastecimento, pois tudo de que precisavam já estava na Central de Distribuição.

“Hoje eu coloco mercadoria na loja todos os dias. Durante a greve dos caminhoneiros não faltou nada na loja, pois os caminhões são nossos, as carnes do açougue vêm da fazenda, os produtos da padaria somos nós que produzimos e os itens de mercearia temos todos na Central de Distribuição”, destaca Francisco.

### BENEFÍCIOS

Além de oferecer um amplo *mix* para o seus clientes, a rede de supermercados possui também o cartão *private label* do Uberaba. Francisco fala que um dos principais benefícios que o cliente tem ao usar o cartão: “Nós temos o cartão da loja também, que oferece o benefício de o cliente ter desconto de 20% na padaria e no sacolão. Além disso, ele pode pagar a fatura na loja; assim, o crédito será liberado de imediato”, destaca Silva.

### FUTURO

Perguntado sobre os próximos projetos do Uberaba Supermercados, Francisco deixa claro que pretende expandir o número de marcas próprias para 350, e que até o fim de 2019 pode inaugurar mais uma loja em Vespasiano, que inclusive já tem espaço e projeto pronto para início das obras. “Pretendemos abrir mais uma loja na região, que deve ser mais para o fim do ano que vem, e pretendo aumentar o número de marcas próprias para mais 100 itens”. 🛒



# Acquissima Sabor

ÁGUA SABORIZADA  
AROMAS NATURAIS  
ZERO CALORIA

**STEVIA**



**Mais Sabor  
Mais Saúde!**

**É GOSTOSO SER SAUDÁVEL!**



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

# Nasce a **HIPERVALOR VAREJISTA**

CINCO REDES MINEIRAS SE UNEM PARA FORMAR A HIPERVALOR VAREJISTA,  
UMA CENTRAL DE NEGÓCIOS COM FATURAMENTO DE R\$ 1,2 BILHÃO E 46 LOJAS

Adenilson Fonseca

Fazia muito tempo que a ideia não saía da cabeça do diretor da Casa Rena, Vinícius Moraes Mendes. Para ser mais exato, desde 2006 volta e meia ele atiçava os possíveis associados para criar uma rede de negócios e convergir boas ideias, desenvolver algumas parcerias e pensar em algo maior, que fosse bom para todas as partes.

Depois de muitas informações trocadas, várias viagens para *benchmarking*, com a participação efetiva do atual superintendente-executivo, Lucas Alvenga, que naquela época representava uma das empresas fundadoras da HiperValor, chegou-se à concretização do plano. Com os auspícios da Superminas, que era realizada no Expo-

minas, em Belo Horizonte, de 16 a 18 de outubro, naquele dia 17 a HiperValor foi apresentada ao mercado em um hotel nas proximidades do local do evento. Cerca de 150 convidados, grande parte composta por fornecedores, assistiram à apresentação da nova rede, que chega ao mercado com faturamento anual de R\$ 1,2 bilhão, 46 lojas e cerca de 4,8 mil funcionários.

A rede, com perfil de associação, reúne cinco empresas em diversas regiões e vai atender a pelo menos 22 municípios. Essa diversidade, aliás, tem um propósito: não ter concorrentes entre os associados. A HiperValor é composta pela rede Alvorada, de Pouso Alegre, com 14 lojas; Big Mais,

Fornecedores supermercadistas acompanharam o lançamento da HiperValor Varejista, dia 17 de outubro, em Belo Horizonte



de Governador Valadares (4); Casa Rena, de Itaúna (12); Santa Helena, de Sete Lagoas (8) e SJ Supermercados, de Barão de Cocais, que tem 9 unidades. A sede da central, neste primeiro ano de atuação, será em Itaúna.

A principal justificativa de formação da HiperValor é a similaridade de operação das empresas, como o perfil de atuação com foco no atendimento ao cliente; por serem especialistas em categorias de destino, como padaria e açougue, e terem bandeiras tradicionais nas regiões de atuação. Soma-se a esse fator, o momento de consolidação do setor e expansão de grandes redes, especialmente da Capital, para outras regiões.

Segundo o diretor da Casa Rena Vinícius Moraes Mendes, nomeado presidente da HiperValor, já em 2006 houve trocas de informações e “boas práticas” entre as três redes, Casa Rena; Santa Helena e o SJ Supermercados. O objetivo, já naquela época, era melhorar o resultado e a operação das empresas. “Agora, neste cenário econômico e político cada vez mais desafiador, a gente precisa buscar a cada dia soluções inéditas”, disse Mendes.

No primeiro momento, a central não terá um centro de distribuição (CD) unificado e as empresas mantêm total independência em relação às demais associadas. A distribuição e toda a logística também ficam a cargo de cada empresa. O papel



O presidente da HiperValor, Vinícius Mendes, da Casa Rena



Da esquerda para a direita: Ciro Maglioni (Supermercado Alvorada); Luciano Miranda (Big Mais); Vinícius Moraes Mendes (Casa Rena); Allysson Jácome (SJ Supermercados) e Sérgio Bastos (Santa Helena).

**Bread & Life**  
O Futuro da Panificação

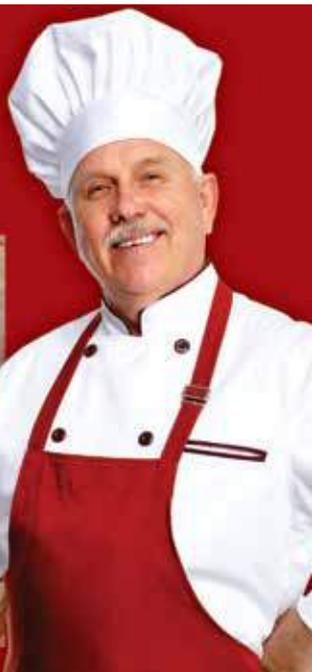
[www.breadelife.com.br](http://www.breadelife.com.br)

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

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

**31 3592.1223 | 31 99342.1742 | 31 98756.7656**

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



HIPERVALOR EM NÚMEROS			
EMPRESA	SEDE	NÚMERO DE LOJAS	FATURAMENTO
Alvorada	Pouso Alegre	13*	R\$ 340 milhões
Casa Rena	Itaúna	11*	R\$ 230 milhões
Big Mais	Gov. Valadares	4	R\$ 188 milhões
Santa Helena	Sete Lagoas	8	R\$ 170 milhões
SJ	Barão de Cocais	9	R\$ 165 milhões

\* Depois do lançamento da HiperValor, a rede Alvorada adquiriu a loja do Supermercado Marine, em Machado, e a Casa Rena abriu uma unidade em Itaúna, fazendo com que as redes passassem a ter 14 e 12 lojas respectivamente.

da associação é garantir um alinhamento comercial e promover negócios em conjunto com as cinco empresas, além de compartilhar melhores práticas entre elas. Para isso, vai haver um calendário anual de encontro entre as áreas de apoio para trocar informações e, assim, promover o desenvolvimento de cada área.

Para o fornecedor, a vantagem é poder vender de forma centralizada, com todas as empresas em uma única mesa de negociação. “Nós queremos ofertar para todos os fornecedores uma opção de fazer negócios com todos esses associados de uma vez só”, disse o presidente. “Pretendemos desenvolver novos fornecedores, fortalecer os que já estão presentes e garantir todo o trabalho que o fornecedor tem, como lançamento de produtos, de *mix* e *merchandising* alinhado e executado nas cinco empresas associadas”.

Lucas Alvarenga,  
superintendente-  
executivo da  
HiperValor



### EXPANSÃO

A HiperValor Varejista já nasce com a visão de ser cada vez maior. O propósito é se tornar uma associação presente em todo o Estado, tanto com a expansão orgânica dos atuais associados quanto com a agregação de novas redes para compor a central. Já nos próximos dois anos, o objetivo é dobrar o faturamento e chegar à casa de R\$ 2,4 bilhões.

O mix também será reforçado e terá novidades. “Nós pretendemos, nos próximos anos, desenvolver uma frente de importação própria, vamos trabalhar também com marcas exclusivas e projetos de eficiência entre as redes”, disse Alvarenga. Segundo ele, já há negociação com novos associados em alinhamento de alguns requisitos, especialmente a presença estratégica em regiões não concorrentes, para, “em breve”, compor o quadro de associados da HiperValor Varejista.

### DIRETORIA

A diretoria da HiperValor é composta de cinco membros, um de cada empresa. O presidente, Vinícius Moraes Mendes (Casa Rena); vice-presidente, Sérgio Bastos (Santa Helena); diretor comercial, Luciano Miranda, do Big Mais; diretor de marketing, Ciro Maglioni (Supermercado Alvorada) e diretor administrativo-financeiro, Allysson Jácome (SJ Supermercados). O superintendente-executivo é Lucas Alvarenga, que assume a frente desse projeto que ele ajudou desenvolver. 🚩

Da fazenda ao cliente,  
um caminho de confiança.



**Em novembro, comemoramos o Dia Nacional do Supermercado.**  
Mais que parabéns, a Plena deseja destacar esta parceria fundamental  
para entregar nosso melhor aos consumidores. **Seguimos juntos.**



**LOGÍSTICA**

Própria, pontual e eficiente.



**COMUNICAÇÃO**

Sempre presente na mídia.



**RENTABILIDADE**

Garantia de boas vendas.



(31) 3519-3400

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



**plena**  
ALIMENTOS

# TEORIA, PRÁTICA e resultado

ALÉM DA TRANSPARÊNCIA NA GESTÃO, GOVERNANÇA CORPORATIVA TRAZ RESULTADOS DE IMAGEM POSITIVA PERANTE O MERCADO, COLABORADORES E CLIENTES; MELHORA O FATURAMENTO E FACILITA A CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Adenilson Fonseca

A satisfação do consumidor é um dos resultados que processos operacionais organizados, que incluam boa governança, conseguem produzir

Aquela empresa que nasceu do sonho dos pais ou dos avós de repente cresceu, ganhou várias diretorias, passou a atuar em diferentes áreas e até em outras regiões. Foi preciso também se envolver em temas que até então não fazia parte da gestão, como sustentabilidade e responsabilidade social. As “cabeças pensantes” agora não são mais só pais e filhos, mas genros, noras, netos e executivos.

Na medida em que crescem as Organizações, a tomada de decisão passa mesmo a ser mais complexa e os desafios aumentam na mesma proporção. Aquele planejamento estratégico que antes ocorria de forma rápida entre os fundadores, agora ganha novos desafios, porque atende também a novos sócios e as exigências legais obrigam a dar satisfação a outros *stakeholders*. Nesse ambiente, é natural que surjam con-



Todo mundo sabe:  
**Consumidor adora**  
**Carinho®**

**Ter Carinho em sua gôndola  
é certeza de bons lucros!**



LINHA DE PAPÉIS  
**Carinho®**

A gestão de estoques é um dos desafios da governança



flitos de ideias e interesses e práticas de gestão que podem comprometer o planejamento da companhia.

Se isso estiver ocorrendo na empresa, está identificado o momento de implantação de um trabalho de Governança Corporativa, o que, aliás, já poderia ter sido feito há mais tempo. Entre as principais razões externas e internas que demandam mais fortemente a implementação da Governança estão mudanças no ambiente de negócios; inovações; realinhamentos estratégicos; mudanças societárias; proteção patrimonial; organização dos interesses familiares e redesenhos organizacionais.

### MENTALIDADE

O atendimento a esses desafios, no entanto, nem sempre é tarefa fácil. Mudar aquela mentalidade de que “sempre fiz assim e deu certo” requer muitas negociações e argumentos técnicos.

“Considerando que aproximadamente 90% das empresas brasileiras são familiares e que, portanto, a propriedade é concentrada nos fundadores, o assunto ainda é discutido de maneira

bastante tímida. A transferência de poder e a descentralização da tomada de decisões ainda são um tabu em muitos casos, o que desacelera a implantação da Governança”, justifica Luciano Castro, sócio da CLR Consultoria, escritório especializado no assunto.

Porém, disse ele, o tema vem ganhando a atenção dos proprietários, tanto pela chegada da segunda geração para assumir os negócios, quanto em função de mercado, da concorrência e da transformação digital. “Esses são momentos críticos no ciclo de vida das organizações, que fazem com que a Governança Corporativa ganhe força gradativamente”, aponta.

### MATURIDADE

A boa notícia é que, se não for possível um trabalho por completo no primeiro momento, ele pode ser desenvolvido por partes, experimentando os resultados e seguindo as etapas. “O que muitas vezes acontece é que nem toda Organização está madura o suficiente para aplicar em todas as áreas as boas práticas da governança. Nesse sentido, o melhor caminho é fazer por etapas, con-

# O café para todos os momentos

Um café  
**Tradicional**  
para sua gôndola

Convivência  
**Extraforte**  
para bons negócios

Planejamento  
**Fortíssimo**  
para 2019



## Linha de produtos diversificada

Linha de produtos que atende a diversos canais de atuação. Varejos, atacados e empórios.

## Parque Industrial

Os grãos são selecionados e processados em um parque industrial com maquinários de alta tecnologia, garantindo uniformidade de torra e revelando as melhores experiências de sabor e aroma.

## Atendimento

Cuidado no atendimento do começo ao fim do processo! Equipe própria de vendedores e frota própria da indústria ao varejo.

# Boas festas!

Grupo  
**utam**



WWW.GRUPOUTAM.COM.BR

siderando o que a empresa quer, do que ela precisa e de que ela dá conta. Isso implica em processos adequados e as pessoas certas nos lugares certos, de forma a favorecer a consolidação da Governança”, explica Castro.

Ao longo dos 28 anos de atuação da CLR, o sócio observa que um dos principais desafios de implantar a Governança é mudar a estrutura de comando e os processos que funcionam desde a fundação do negócio. “Estamos falando de um grande processo de mudança que, portanto, gera resistências e precisa ser adequadamente gerenciado. Isso exige o desenvolvimento de competências ‘não técnicas’, além do abandono de algumas ‘certezas’ para permitir que negócio e família sigam crescendo em harmonia”.

### CONJUNTO

Segundo ele, a Governança Corporativa surgiu para criar um conjunto eficiente de mecanismos, tanto de incentivos quanto de monitoramento, a fim de assegurar que o comportamento dos administradores esteja sempre alinhado com

os interesses da empresa e dos acionistas. Assim, disse, a Governança Corporativa contribui para, entre outros aspectos, superar conflitos entre proprietários e administradores, que recebem dos acionistas o poder de decisão sobre a empresa nos termos da lei e que, por sua vez, podem divergir quanto aos melhores caminhos para os negócios.

As práticas de Governança Corporativa buscam assegurar os princípios de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa e trazer benefícios como geração de valor, melhoria do desempenho, acesso a capital a custos mais baixos, além da contribuição para a perenidade do negócio. No ramo supermercadista, o movimento de consolidação e as novas tecnologias vêm aumentando a implantação da Governança. Os diretores começam a entender que as boas práticas geram valor para o negócio. Ainda assim, o movimento é mais conservador. “A implantação da Governança no setor supermercadista muitas vezes é reduzida ao Conselho de Administração. De fato, esse é o principal órgão da estrutura de Governança, mas



# Gardingo

ALIMENTOS

QUALIDADE Garantida na  
sua CASA e na sua MESA.

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

 31 3873-1407



Desejamos a todos os nossos clientes e amigos  
um feliz natal e um próspero ano novo.

Rod. Ozires Linhares Fraga, 28 - Bairro: Exposição | Matipó - MG

o processo vai muito além de constituir o Conselho”, detalha Castro.

### CONSELHO DE FAMÍLIA

O perfil societário das empresas do setor, normalmente compostas por membros familiares, é mais um dificultador, já que a Governança inclui separar o que é da família daquilo que é do negócio e, ainda, do que é da propriedade, ou seja, o que diz respeito aos acionistas. “Assim, a Governança Corporativa na prática refere-se à separação dessas questões, o que inclui desde a definição de papéis e responsabilidades de acionistas, gestores e membros da família, até a criação, por exemplo, do Conselho de Família”, disse o sócio da CLR.

*"Outra motivação para que as empresas busquem a adoção de princípios de governança corporativa é a boa imagem que passa ao mercado"*

Muitos supermercadistas, segundo Castro, ainda não estão fazendo essa separação e, com isso, podem comprometer a efetividade da Governança, uma vez que ela envolve as práticas e os relacionamentos entre proprietários, Conselho de Administração, Diretoria e órgãos de controle. E não há um perfil de empresas que precisam menos ou mais; o modelo se aplica a todos os tipos e portes e sua evolução acompanha o ciclo de vida da Organização. Assim, alerta Castro, o cuidado que é preciso ter é em relação à maturidade do negócio, para saber com que velocidade e em qual nível de complexidade a Governança Corporativa será implementada para garantir bases ao processo.

### RENA

Em 2013, os proprietários acionistas do Supermercado Rena, com sede em Itaúna, decidiram adotar e desenvolver as melhores práticas de governança. Foi reestruturada a diretoria executiva, criados os conselhos de Administração, com dois conselheiros independentes, o de Acionistas e o de Família. Além disso, a empresa possui um setor de *compliance* (conformidade) jurídico, passa por uma auditoria externa e procura cumprir os princípios da boa governança.

“Com isto, o Rena melhorou significativamente sua gestão, possui indicadores acima do mercado, fortaleceu sua reputação e desde 2013, apesar do momento recessivo pelo qual o País passa, abriu seis lojas e triplicou seu faturamento”, aponta o diretor-presidente, Alexandre Maromba, que é conselheiro de Administração certificado pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBCG).

Ele lembra que as empresas do tipo societário Sociedade Anônima (S.A.), de capital aberto, que queiram negociar ações na Bolsa de Valores, obrigatoriamente deverão seguir as recomendações de melhores práticas do IBGC. Porém, disse Maromba, todos os tipos de empresas, inclusive as pequenas, que busquem obter melhoria de gestão, preservar e otimizar seu valor e longevidade no mercado, “podem e devem” adotar as boas práticas e os princípios da Governança Corporativa. “Principalmente as empresas familiares, que no nosso ramo supermercadista é a maioria, pois as técnicas de governança ajudam a administrar conflitos de interesse de uma forma efetiva”, lembra.

Outra motivação para que as empresas busquem a adoção de princípios da Governança Corporativa é a boa imagem que passa ao mercado. Este aspecto reforça a confiança e facilita o acesso a recursos financeiros e não financeiros. Nesse processo de implantação das práticas de governança, segundo Maromba, é fundamental que os proprietários, cotistas ou acionistas e a diretoria queiram e entendam a sua importância.

Para Maromba, um profissional externo pode

GOSTOSOS E REFRESCANTES NA MEDIDA  
CERTA PARA A SUA SAÚDE.

## SUCOS COLD

O delicioso sabor e  
refrescância da fruta.



MANTER REFRIGERADO  
COLD: DE 0 A 12 °C  
KOMBUCHA: DE 1 A 10 °C

## ÁGUA DE COCO

Sem adição de açúcares.  
Poucas calorias.



## KOMBUCHA

Fermentada e gaseificada  
naturalmente.  
Com propriedades probióticas.



Distribuidor autorizado  
em Minas Gerais

[vemprocampo.com.br](http://vemprocampo.com.br) [/campolargooficial](https://www.facebook.com/campolargooficial) [/campolargooficial](https://www.instagram.com/campolargooficial)

CAMPO  
LARGO



ajudar muito, mas é essencial que os sócios e diretores estudem sobre Governança Corporativa. “Há várias escolas de negócios que tratam do assunto, e o próprio IBGC fornece cursos e treinamentos. Para iniciar, outra sugestão válida é a criação de um Conselho de Administração, formado por alguns conselheiros independentes externos, profissionais de mercado habilitados para a função, que a princípio poderá ser um Conselho Consultivo”, sugere.

### SALES

Há cerca de cinco anos, a rede Sales, sediada em Barbacena, contratou uma consultoria com o intuito inicial de implantar uma cultura de KPI (indicadores de resultado) junto aos gestores. Esse era o primeiro passo para introduzir o conceito de Governança Corporativa. Na época, a empresa já passava de 50 anos de fundação e sempre teve gestão familiar. Com o objetivo de acelerar o crescimento, os sócios decidiram que era preciso profissionalizar a empresa, com executivos contratados, para melhorar os resultados e investir em futuras unidades.

As ações surtiram efeito, trouxeram bons resultados e hoje o Grupo tem todos os indicadores em mãos, com cada profissional respondendo por suas funções claramente definidas, com metas traçadas e medidas com riqueza de aprofundamento, segundo o diretor-presidente, Epifânio Parreiras, executivo com grande experiência no meio supermercadista e contratado para conduzir as mudanças na empresa. “Os resultados vêm evoluindo bastante, mesmo em tempos de crise como estes vividos atualmente. Prova disso é a volta do crescimento da rede, com a inauguração de mais uma unidade agora no fim de 2018”, mostra Parreiras.

Nessa trajetória de mudança na gestão, o passo a passo foi a contratação de uma consultoria para estruturação; criação dos conselhos de Sócios e de Administração, este incluindo conselheiros independentes; implantação da cultura de Governança Corporativa, por meio de consultoria; e a seleção e contratação de um executivo externo para assumir a empresa.

Com a chegada do executivo, foi realizado um “assessment” (avaliação) de toda a Liderança



Melitta®

Nada como  
um café  
fresquinho  
para enxergar  
quem  
realmente  
importa.

CAFÉ FRESQUINHO  
PARA SENTIR =  
MAIS A VIDA.

Café fresquinho é Melitta®.  
Da seleção dos grãos  
à embalagem, a Melitta®  
faz tudo para entregar  
o melhor café fresquinho.



para identificação dos potenciais líderes em cada área, com a elaboração de Plano de Desenvolvimento Individual (PDI).

Parreiras avalia que a Governança Corporativa, com as mudanças advindas dela, se trata de processo de contínuo aprendizado e requer o envolvimento de toda a direção da empresa. Mesmo assim, na opinião de Parreiras, depois de atingir certo patamar de faturamento e complexidade de operação, a Governança Corporativa é um caminho sem volta para as empresas.

“Hoje no Sales temos uma equipe de direção sólida e com a capacidade desenvolvida para administrar e operar diariamente a empresa em um formato extremamente profissional de governança corporativa”, assegura.

### CONCEITO

Para o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), a Governança Corporativa “é o sistema pelo qual as empresas e demais organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre sócios, Conselho de Administração, Diretoria, ór-

gãos de fiscalização e controle e demais partes interessadas”.

Ainda segundo o IBGC, as boas práticas de Governança Corporativa convertem princípios básicos em recomendações objetivas, alinhando interesses com a finalidade de preservar e otimizar o valor econômico de longo prazo da Organização, facilitando seu acesso a recursos e contribuindo para a qualidade da gestão da Organização, sua longevidade e o bem comum.

Alexandre Maromba, do Supermercado Rena, esclarece bem o termo e suas vantagens para as empresas. Ele explica que a palavra “Governança” tem o mesmo significado de: *comando, chefia, administração*. “Corporativa” significa: *associação, companhia, sociedade, ou organização empresarial*. “Logo, todos nós, gestores, que estamos à frente de uma empresa, em uma interpretação literal, de uma forma ou outra já atuamos com Governança Corporativa”. 🛒

### PARA SABER MAIS

• [luciano.castro@clr.com.br](mailto:luciano.castro@clr.com.br) / : 31 3269-5900



# O BABY

QUE TODO MUNDO ADORA  
tem fraidas  
PARA QUEM AMA VENDER.

\*  
Presente por mais um ano consecutivo  
na lembrança das mães Brasileiras.  
o



**Baby  
Roger**

   /babyrogerbrasil  babyroger.com.br |  (11) 9 8336-0053 | Atendimento em todo território nacional

Sul, Sudeste e Centro Oeste (11) 4606-1515 | Norte e Nordeste (81) 3312-1154

# CASA RENA INAUGURA a 12ª loja

CASA RENA INAUGURA A 12ª LOJA E APROVEITA A OPORTUNIDADE PARA LANÇAR O E-COMMERCE RENA EM CASA COM PROJEÇÕES DE FATURAMENTO EQUIVALENTE AO DE UMA LOJA FÍSICA

Adenilson Fonseca

**A**tender ao pedido da comunidade que sempre desejou ter uma loja mais confortável, inovadora e com atendimento que o povo merece. É com esse propósito que a Casa RENA, tradicional rede supermercadista de Itaúna, no Centro-Oeste de Minas Gerais, inaugurou mais uma loja na cidade, no dia 14 de novembro. Localizada no bairro Irmãos Auler, a unidade atende também ao público de bairros vizinhos, como o Padre Eustáquio, um dos mais tradicionais da cidade.

Este é o sétimo Supermercado RENA em Itaúna e o 12º da bandeira. São 1,3 mil metros quadrados de área de venda, sete *checkouts* e estacionamento com 50 vagas. O empreendimento tem um *mix* com 15 mil itens, que demandou aportes

de R\$ 3 milhões apenas na parte de montagem e gerou 60 empregos diretos. “É uma loja que tem o que há de mais moderno e inovador em equipamentos, em processos de reabastecimento. Vamos ter a maior área de frios, congelados e perecíveis em geral da nossa rede”, garante o diretor-presidente da Casa RENA, Alexandre Maromba.

O cliente da Casa RENA, segundo Maromba, não tem um perfil definido. “A nossa rede tem a capacidade de atender a todos os perfis, então a pessoa que quer economia pode vir ao RENA, e aquela que quer um produto mais sofisticado, um item mais fino, o RENA tem também”, disse. “Nosso propósito é fazer com que o cliente encontre o que ele queira na nossa loja e tenha uma experiência de compra diferenciada”, disse.

Sim, foi essa experiência diferenciada que agradou o policial militar Paulo Borges da Silva, que mora no bairro vizinho. “A avaliação é nota 10. Gostei muito do supermercado. É amplo, tem preço muito bom. Com certeza estava faltando este supermercado aqui na região, porque a gente tinha que ir ao Centro para comprar as coisas; agora ficou bem mais perto, posso vir até a pé”, disse ele.

A inauguração da loja contou com a participação de autoridades, como o prefeito da cidade, Neider Moreira de Faria; imprensa e fornecedores. Entre os fornecedores estava o diretor da Divigula, Josselito Perdigão, tradicional parceiro da Casa RENA e de todo o setor na região. “Há mais de 25 anos, a Casa RENA é



parceiro nosso. É uma empresa que vem crescendo, vem ganhando mercado e hoje é referência na região”, disse Perdigão, que representa as marcas Arcor/Aimoré; Ingleza, Condor e Panasonic.

A executiva de grandes contas da Sodexo, Valeska Dutra, também prestigiou a inauguração e lembrou que a nova loja da rede Rena é mais uma opção para quem usa os benefícios da empresa.

### E-COMMERCE

As projeções do grupo Rena são de encerrar o ano com faturamento de R\$ 250 milhões e empregando diretamente 1,1 mil colaboradores. De agora em diante, com o reforço da mais nova aposta da empresa: no mesmo dia em que inaugurava a sua 12ª unidade, a Casa Rena abria outra loja, mas desta vez no canal virtual. É o *Rena em Casa*, o *e-commerce* da empresa. “É uma ferramenta que a gente pode acessar tanto pelo computador quanto



pelo APP *Rena em Casa*. É um *e-commerce* em que a gente já tem mais de 10 mil itens lá dentro”, disse a diretora Corporativa Estratégica, Nágela Maromba.

A intenção é que tudo que o cliente compra na loja física ele possa encontrar também no canal *on-line*. Nágela acredita que “em breve” a loja *on-line* vá representar o faturamento de uma unidade física, mas ainda sem prazo estipulado. “As pessoas gostam de vir ao supermercado, a gente quer que elas continuem vindo, mas naquela hora em que não tiver tempo, quando for receber alguém em casa, pode comprar pelo aplicativo”, disse. 🛒



Uma maneira moderna e eficiente de levar até o varejo as melhores práticas de serviço para gerar demanda no ponto de venda, garantindo o lucro e a perenidade do negócio.

*Supermercadista, solicite nossa visita e viva a experiência que mudará a relação consumidor x produto.*

[comercial@clubsul.com](mailto:comercial@clubsul.com)

Território de cobertura - Região Sul de Minas

Contato: (35) 3214-3730

(35) 98445-3503



# Um brinde à “PURO MALTE”

DESTAQUE NO SEGMENTO DAS PREMIUM, AS CERVEJAS QUE NÃO ABREM MÃO DOS CEREAIS MALTADOS EM SUA ELABORAÇÃO AJUDAM A ALAVANCAR AS VENDAS DA CATEGORIA

Davidson Lisboa

Cerveja é uma das paixões dos brasileiros. Seja em um final de semana com os amigos ou simplesmente para relaxar após um dia pesado de trabalho, sempre vem à mente aquela cerveja geladinha. Isto sem falar nas cervejas que os amantes da boa cozinha harmonizam com pratos preparados com paixão. Não é à toa que o Brasil é o terceiro maior produtor de cerveja do mundo, segundo a Barth-Haas Group, empresa de produtos e serviços relacionados ao lúpulo (um dos principais ingredientes da cerveja).

Hoje, o consumidor pode encontrar diversos rótulos nas gôndolas dos supermercados, e entre eles está o da cerveja puro malte, que vem conquistando um público cada vez maior, que não

abre mão da sua escolha no momento da compra.

Classificadas na categoria *premium*, elas são elaboradas com matérias-primas especiais e um processo de produção mais elaborado, em que recebem apenas cereais maltados. Por isso, normalmente são mais fortes, mais encorpadas e complexas. Uma vez que o consumidor as conhece melhor e percebe as suas qualidades, fica difícil querer voltar para as cervejas que levam cereais não maltados na receita.

## RECESSÃO

De acordo com a Euromonitor International, devido à recessão econômica enfrentada nos últimos anos, houve uma mudança no comporta-

Ilha promocional de cervejas especiais, em Belo Horizonte: os consumidores estão cada vez mais exigentes



mento do consumidor com relação ao consumo de cerveja. O levantamento aponta que o consumo *per capita* no Brasil caiu em quatro anos de uma média de 67,8 litros por cada brasileiro para menos de 60,7 litros/ano.

Mas, por outro lado, o faturamento cresceu, indicando que o padrão de consumo avançou em direção aos produtos de melhor padrão de bebida, ou seja, na direção das puro malte. O consumidor passou a beber menos, mas com mais qualidade.

### ARTESANAIS

É possível também afirmar que a cervejarias artesanais são as maiores responsáveis pela adesão do consumidor ao produto, já que além de ofertar qualidade possui uma gama de opções que despertam no consumidor o interesse em experimentar novos rótulos.

Isto não quer dizer que o consumidor deixou de comprar as cervejas mais populares. É importante salientar que a recessão econômica vivenciada nos últimos, que inclusive inflacionou os valores daquelas que eram bastante consumidas obrigou, de certa forma, o cliente a optar por qualidade, e não pela quantidade. Esse hábito acabou gerando uma parcela significativa de consumidores exigentes.

### MENOS É MAIS

Hoje é muito comum ir a uma festa ou qualquer roda de bar e encontrar as cervejas puro malte. O hábito ainda se concentra preponderantemente nas classes A e B, devido ao seu valor ser um pouco elevado se comparado ao de uma cerveja comum. A analista sênior da Euromonitor International, Angélica Salado, reforça a afirmação sobre a teoria de “consumir menos, mas com qualidade”, que vem sendo adotada.

“Esse movimento está sendo alimentado não só pelo crescente número de fabricantes artesanais, mas também pelo investimento das empresas na diversificação da sua carteira, aumentando as margens de lucro e tornando-se menos dependente de marcas de massa. Espe-



ra-se que essa tendência continue nos próximos anos, à medida que o poder de compra do consumidor e sua confiança se recuperam”, afirmou a analista.

A CervBrasil estima que esse tipo de comportamento do consumidor esteja respondendo por cerca de 12% do volume de vendas de cerveja no País. Em 2017 as cervejas *premium* representavam 5% do mercado.

A Kantar Wordpanel fez um levantamento que também aponta que o consumidor vem optando pela cerveja *premium* em detrimento do vinho. Até meados de 2011, um litro de vinho era consumido para cada 2,7 litros de cerveja. Recentemente essa proporção passou a ser de um litro de vinho para um quarto de cerveja puro malte.

### O MERCADO

A tendência já aparece nos balanços das maiores cervejarias do País. A Ambev informou que os rótulos especiais tiveram forte desempenho nas vendas. A marca Stella Artois obteve elevação de vendas de 55%, e a Corona 75%. A Heineken, no Brasil, divulgou recentemente um aumento de dois dígitos no terceiro trimestre.

O gerente regional da Ecobier em Minas Gerais, Lauro Nery, afirma que a cervejaria está obtendo números satisfatórios com relação à participação das puro malte. “O gosto do consumidor mudou. Os mais diversos sabores que a cerveja puro malte proporciona fazem com que o cliente busque essa alternativa”.

Ele acrescenta também o fato de o preço da puro malte ter se aproximado das mais simples, principalmente nas promoções. “Acreditamos que o supermercado já não enxerga a puro malte muito distante da sua compra, tudo isso aliado a um mercado em que o consumidor está cada vez mais exigente”, disse Lauro.

No estado de Minas Gerais, a Ecobier se tornou muito conhecida devido a ações de degustação e promoção em parceiros estratégicos como o Atacarejo Villefort e a rede de Supermercados Verdemar. Estes foram os primeiros a acreditar no projeto e hoje o gerente afirma que colhe bons frutos da parceria.

### NA CESTA

O estudo da Kantar Worlpanel também identificou que algumas categorias estão presentes na cesta do *shopper* em mais de uma missão de compra. A cerveja, por exemplo, está mais presente quando o objetivo do consumidor é reposição. Neste caso, a penetração da categoria é de 48,5%. Na compra de abastecimento, a bebida está presente em 41,4% dos casos, na de proximidade em 35,3% e, quando há uma necessidade específica, 6,8%.

Na rede supermercados Kalu, com unidades em Igarapé, São Joaquim de Bicas e Contagem, o responsável pelo setor de compras, Bruno Camini, relata como tem sido o comportamento de compra dos clientes. “Há um ano os pedidos feitos por clientes com as mais diversas marcas começaram a aparecer com maior frequência”.



# AMSTEL



# A PURO MALTE DA LIBERTADORES

**A marca que mais entrega valor para o segmento:**

**ÍNDICE DE PREÇO MAIS ALTO**

# 24,7%

acima do índice do preço da M1.

Fonte: Nielsen Retail Index  
YTD 18 TT BRASIL.

**MAIOR CRESCIMENTO  
EM VOLUME**



Fonte: Nielsen Scantrack  
Jun. 17 - Jun. 18 TT BRASIL.

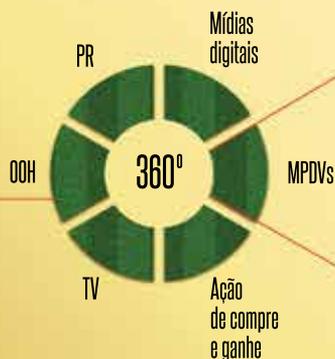
**MAIOR CRESCIMENTO  
EM PENETRAÇÃO**



Fonte: Homescan Q2  
MY 18 x 17 área IV.

**A marca que entrega experiência  
para o seu cliente dentro e fora da loja:**

**PLANO  
DE ATIVAÇÃO**



**VISIBILIDADE VENCEDORA  
NOS PONTOS DE VENDA:**



**BEBA COM MODERAÇÃO.**  
VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MELHORES DE 18 ANOS.

**Garanta já o cadastro em sua loja:**

<b>CTIN/EAN</b>	7896045505319	<b>Descrição</b>	Cerveja Amstel Latinha 269 ml
	7896045504831		Cerveja Amstel Pilsen Lata 350 ml
	7896045505340		Cerveja Amstel 473 ml

**SAC:**  
0800 888 1010



LATAS TEMÁTICAS COM O MESMO EAN DA LINHA REGULAR.



Praticamente todas as cervejarias incluíram as "puro malte" em seus portfólios



Ele confirma que o mercado encontra-se cada vez mais exigente, e o diferencial da categoria puro malte proporciona ao cliente "uma experiência mais prazerosa de aroma e sabor", avalia Camini, que também ratifica a proximidade de preço da cerveja *pilsen* comum em comparação com a puro malte, o que tem influenciado bastante na decisão final de consumidor.

### NOVO CONSUMIDOR

Maurício Moreira, gerente de uma das filiais do Uberaba Supermercados, em Vespasiano, Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH), afirma que a alavancada das vendas da cerveja puro malte se deve à introdução da cerveja artesanal no mercado, bem como o custo, que está mais acessível para as classes C e D.

"Devido à recessão econômica, o cliente passou a fazer as contas entre a artesanal e a *pilsen* comum e percebeu que o custo-benefício é mais interessante. Além de o consumidor ter melhorado o seu poder aquisitivo, os preços da puro malte estão mais competitivos, facilitando o acesso da classe C ao produto, que de fato possui mais qualidade", afirma o gerente.

Maurício ressalta que não importa a classe social. O consumidor está mais exigente com relação à qualidade dos produtos, e a cerveja é um dos produtos que tem sido bastante analisado e repensado pelo consumidor.

"Antes, o cliente não tinha acesso a um produto de boa qualidade em função do poder aquisitivo ou devido ao alto custo. Hoje, o consumidor está mais exigente em relação ao produto que está levando para casa, e isso independe de classe social. Ele, na verdade, busca algo aliado a preço e qualidade, e as cervejas *premium* têm oferecido isso a esse público", diz Moreira.

### ORGANIZAÇÃO E PLANEJAMENTO

O diretor nacional de vendas para autoserviço da Heineken, Oliver Fuljahn, sugere como os supermercados devem elaborar o sortimento de cervejas e quais tipos não devem faltar. "Sa-

# ECOBIER

## PURO MALTE

A CERVEJA DOS SEUS MOMENTOS  
MAIS PUROS E VERDADEIROS.



**BEBA COM MODERAÇÃO**

VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS



PRODUZIDA DE ACORDO  
COM A LEI DE PUREZA ALEMÃ.

[www.ecobier.com.br](http://www.ecobier.com.br)  
(19) 3855-9000

A atenção às normas legais para a venda de bebidas alcóolicas é o ponto de partida para a gestão da categoria



bemos que para cervejas do segmento *premium*, por exemplo, a variedade de embalagens é muito importante e a exposição correta que favoreça a comparação de preços é um fator indiscutível”.

Ele recomenda que as embalagens que não podem faltar neste segmento são as latas de 250ml e 350ml, as *long necks*, que trazem maior giro, e garrafas 600 ml. Já para o segmento de cervejas especiais, o sortimento deve ser mais amplo, já que o *shopper* busca novidades com grande foco em experimentação dos estilos.

Entre os estilos em alta atualmente, e que não podem faltar na gôndola, “podemos citar IPA, Pale Ale, Witbier e Weiss, que atendem grande parte da necessidade do mercado e trazem nosso *shopper* para o segmento”, diz Oliver.

Ele vai além sobre a questão de organização do PDV com relação à exposição das cervejas artesanais e *premium* nas gôndolas dos supermercados. “Recomendamos a transição para o segmento *premium*, aproximando o *shopper* desta categoria aos estilos mais suaves em ‘Especiais’, já que ele terá a proximidade e acesso ao segmento”.

Já no segmento *premium*, a exposição deve ser por bloco de marcas e por formato de embalagens, facilitando a comparação de preços. “Recomenda-se a exposição de latas nas prateleiras mais altas, *long necks* – que têm maior giro no

segmento – nas prateleiras ao centro, na altura dos olhos, e por último as garrafas 600 ml nas prateleiras abaixo, garantindo a segurança do *shopper* no momento da ‘pega’ do produto”, ressaltou Fuljahn.

### PROJEÇÃO

Com relação ao mercado de cervejas, principalmente quando falamos sobre o segmento puro malte, a expectativa é bem positiva, de acordo com a projeção que indica que as cervejas *premium* devem crescer 16% por aqui até 2021, adicionando 1,6 bilhões de litros no mercado de alcóolicos – quatro vezes mais do que o vinho adicionará no mesmo período.

A consultoria Euromonitor International estima que o mercado de cerveja crescerá 0,8% em 2019, ante uma estabilidade em 2018. A projeção indica 12,49 bilhões de litros vendidos no próximo ano, ante 12,39 bilhões neste.

Na categoria de cervejas *premium*, o crescimento em volume deve ser de 3,4% em 2019, passando para 1,52 bilhão de litros. O segmento vai encerrar 2018 com expansão de 3,1%. Com esse desempenho, as cervejas *premium* passarão a representar 12,2% do mercado brasileiro da bebida em 2019, um avanço de 0,4 ponto percentual sobre 2018 e de 1,7 ponto percentual em relação a 2017. 🛒



**SUPER  
MINAS®**  
FOOD SHOW 2018

UMA SALVA DE PALMAS  
PRA QUEM FEZ DA  
SUPERMINAS 2018  
MAIS UMA EDIÇÃO  
DE SUCESSO

- 55 mil participantes
- 484 expositores.
- R\$ 1,86 bilhão em negócios diretos e indiretos
- Cerca de 350 lançamentos de produtos e serviços voltados para o varejo
- Mais de 70 eventos técnicos, como palestras, workshops, aulas show e rodadas de negócios.

**MUITO  
OBRIGADO.**

 /amipaooficial  
 /amisassociacao  
 [www.superminas.org.br](http://www.superminas.org.br)

Realização

**AMIS**  
Associação Mineira de Supermercado

**amipao**  
Associação  
Mineira de  
Supermercado  
de Paróquia

# A Sustentabilidade a serviço DA GESTÃO DE PESSOAS

**T**ratar as individualidades e ainda conseguir um resultado coletivo é tarefa árdua direcionada aos gestores. Equipes são formadas por pessoas com características, habilidades, costumes e valores diferentes mas que, no entanto, precisam convergir para o mesmo objetivo – aquele que foi definido na visão da Organização.

Acrescente-se ainda a este cenário já bastante desafiador outras variáveis que o deixam ainda mais complexo: entendimento quanto ao comportamento das gerações, leitura do contexto econômico e a reação do consumidor diante desta nova ótica de mundo. Tudo isso influencia e impacta na escalação e manutenção de um time afinado, sempre de olho no lance, pronto para fazer o gol.

A Sustentabilidade, quando compreendida e aplicada sob uma ótica mais ampliada, maior do que o discurso isolado do ambientalismo, nos revela uma forma próspera de gerir pessoas.

A gestão de pessoas, sob a perspectiva da Sustentabilidade, confere atributos bem interessantes para a Organização: a comunicação interna torna-se um foco da estratégia, o relacionamento com colaboradores se coloca como uma prioridade e o colaborador transforma-se em um aliado na construção da marca junto ao seu consumidor. Ainda é possível afirmar que quanto maior sua clareza na estratégia da empresa, mais fácil será a escolha das práticas e de como integrá-las à gestão de pessoas.

Há que se destacar, porém, que reter e engajar pessoas requer, além de ensinamentos acadêmicos, sensibilidade por parte dos gestores. Já dizia o psicoterapeuta Carl

Jung que “ao tocar uma alma humana, seja apenas outra alma humana”.

Relacionamentos, sejam eles de qualquer natureza, requerem constância e cultivo. Somente com esse nível de dedicação se constrói um ambiente de trabalho saudável, com ganhos reais para todas as partes interessadas do negócio.

Segundo pesquisa feita pela empresa Deloitte, aquele colaborador que trabalha com paixão costuma demonstrar três tipos de comportamento: tem desejo de causar impacto no mercado em que atua, busca desafios para melhorar seu desempenho e luta para construir relacionamentos.

Um relacionamento duradouro e sadio não pode ser restrito a ações pontuais e isoladas. Fazer com que o colaborador vista a camisa, queira ficar no time e que ainda tenha gana por fazer lindos gols requer treinos constantes, todos eles previstos em um plano tático bem amarrado e que se sustente ao longo do tempo.

Quando temos profissionais apaixonados pelo que fazem, o engajamento e a performance aumentam, gerando reflexo imediato na qualidade da entrega e na dedicação ao negócio.

Programas que valorizam o colaborador, ações que demonstrem preocupação com a sua saúde e bem-estar e o de sua família, atividades que favoreçam um clima de positividade e o respeito às regras de saúde e segurança do trabalho são algumas das propostas que farão com que as pessoas trabalhem mais satisfeitas e felizes, melhorem sua performance e sintam-se engajadas e energizadas com as ações corporativas. 🚩

\* Pós-graduada em Educação Ambiental e Gestão Estratégica de Pessoas. Diretora da SejaCor – Consultoria e Educação em Sustentabilidade. Consultora estratégica de Sustentabilidade e Gestão. Consultora em legislação ambiental e temas afins há cerca de 10 anos. Palestrante e instrutora de cursos.



A SejaCor contribui para a incorporação de crenças e práticas sustentáveis aliadas a processos criativos com geração de valor ao negócio de empresas, desenvolvendo estratégias de sustentabilidade para inovar na gestão. Nos acompanhe em: [www.sejacor.com](http://www.sejacor.com) e [@sejacor\\_sustentabilidade](https://twitter.com/sejacor_sustentabilidade)

## QUALIDADE E COMPETITIVIDADE PARA A INDÚSTRIA.



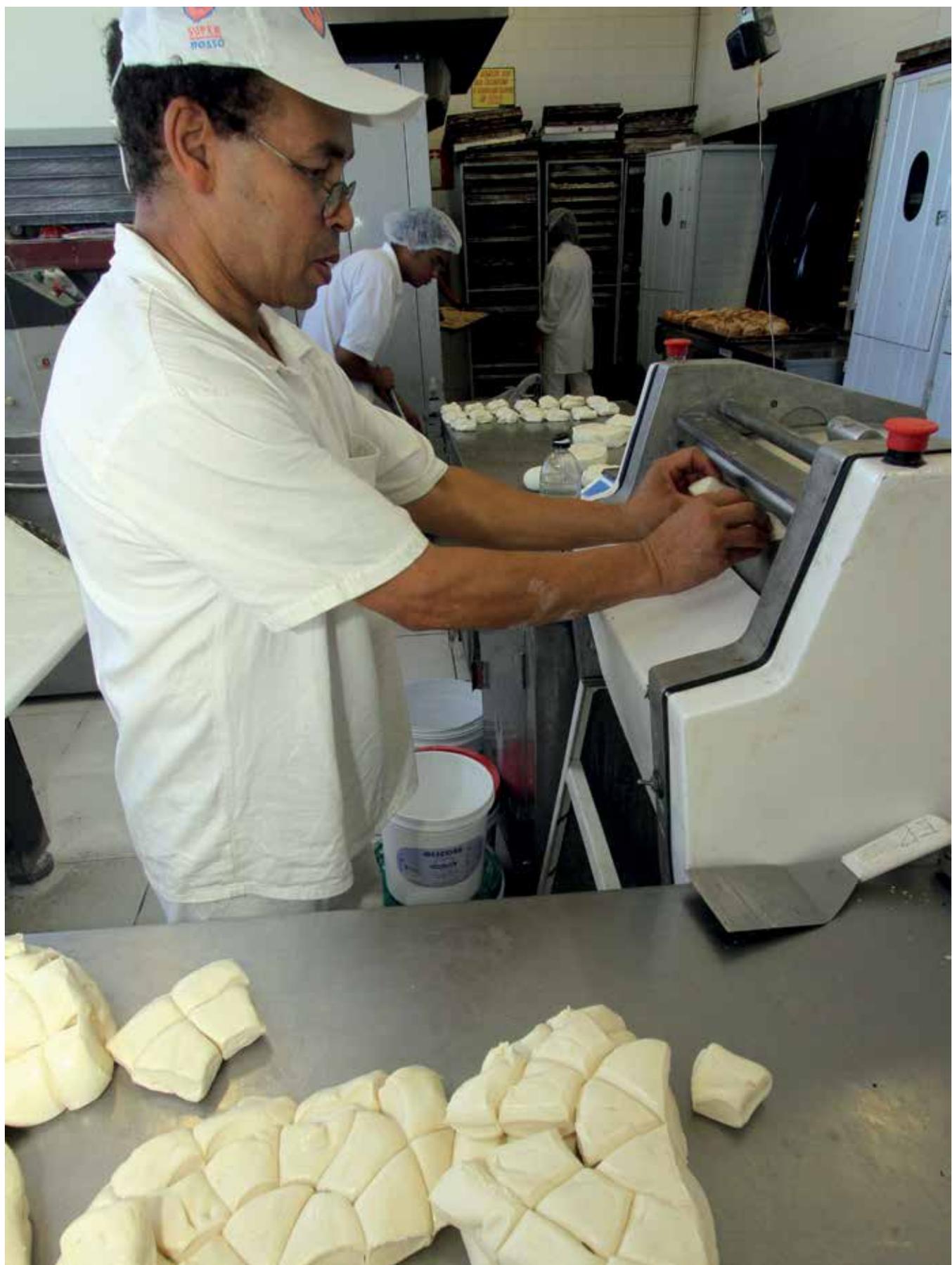
O Instituto SENAI de Tecnologia em Alimentos e Bebidas é um dos oito institutos do Centro de Inovação e Tecnologia SENAI FIEMG. Um espaço voltado para desenvolver soluções tecnológicas integradas que agregam valor a alimentos e bebidas, com garantia da segurança e qualidade dos alimentos.

O setor de alimentos e bebidas em Minas encontra no CIT SENAI FIEMG o parceiro para desenvolver novos produtos, aprimorar processos, realizar ensaios e testes laboratoriais e garantir a qualidade e a competitividade da indústria mineira. **Conheça e faça bons negócios.**

[www.fiemg.com.br/cit](http://www.fiemg.com.br/cit)

**SESI SENAI FIEMG**

## ACERTANDO O PASSO [PADARIA DE SUPERMERCADO]



# NA MEDIDA CERTA

MONTAR UMA PADARIA DE QUALIDADE NO SUPERMERCADO PARA FIDELIZAR CLIENTES E AUMENTAR O TÍQUETE MÉDIO NÃO É TAREFA FÁCIL, MAS ESTÁ LONGE DE SER IMPOSSÍVEL. CONFIRA

Luciana Sampaio Moreira

**N**ada melhor que o pão francês e os outros tipos de iguarias da padaria recém-saídos do forno e no ponto certo para o consumo. Seja para o café da manhã, lanche da tarde ou *happy hour*, os produtos desta categoria são a base de um cardápio que inclui bebidas, laticínios, queijos, salames e geleias, entre outros, que variam conforme a ocasião. Será que um supermercado pode perder esse tamanho de oportunidade?

Para o empresário do setor de panificação, presidente do Instituto Tecnológico de Panificação e Confeitaria (ITPC) e Coordenador Nacional do Programa de Desenvolvimento à Alimentação, Confeitaria e Panificação (PROPAN), Márcio Rodrigues, a resposta é simples: não.

Ele afirma que a versatilidade desta categoria é capaz de movimentar uma série de outras áreas do supermercado. “Os pães, principalmente o francês, fazem parte do hábito alimentar diário do brasileiro. Quando o cliente cria uma referência de sabor, sempre retorna ao mesmo ponto de venda”, destaca.

Mas não é tão fácil assim atingir essa fidelização. Segundo o consultor, o supermercadista que pretende investir na área de padaria deve ficar atento a certos detalhes que podem fazer toda a diferença na performance do setor.

## PLANEJAMENTO

“Antes de instalar propriamente a padaria, deve-se planejar como ela estará inserida dentro do supermercado, a área necessária, o *mix* a ser produzido (com que tipo de itens), o nível de com-

plexidade dessa produção, o número de funcionários necessários. Organizar um plano de negócios para essa instalação é sempre uma sugestão válida”, destaca.

Equipar a cozinha é o passo seguinte. Se a produção for própria, é preciso ter equipamentos de padaria como amassadeiras, divisora, modeladora, fornos, câmaras de fermentação, mesas, armários, assadeiras e batedeiras. O volume e a variedade dos equipamentos é que vão determinar a capacidade e a estrutura do setor de produção da padaria, conforme Rodrigues.

Quando os produtos não são fabricados pelo supermercado ou as lojas trabalham com os itens congelados, a lista de equipamentos passa a incluir câmara para estocar os produtos, capaz de mantê-los a -18°C. A câmara de fermentação também vai ajudar no controle das fornadas e o





A indústria de equipamentos oferece itens em perfeita sintonia com as necessidades do mercado e em conformidade com as normas de segurança, entre outras

forno de cocção vai conseguir o melhor ponto dos itens.

“Deve-se preocupar ainda com a estocagem dos produtos, adquirindo uma câmara que suporte o volume de produtos que se espera comercializar. Por exemplo: se a empresa irá receber um estoque com volume de produtos necessários a uma semana de vendas, a câmara para armazenamento deverá ter capacidade para estocar todos”, ensina.

## RECEITAS

Caso o supermercado tenha algumas receitas que exigem acabamento com creme, por exemplo, é necessário investir na compra de mesas para manipulação do produto e nos acessórios que cada item exige. De acordo com o consultor, o supermercadista não está sozinho quando o assunto é padaria. Ao contrário, a indústria de equipamentos está atenta ao setor, com uma série de máquinas que vêm contribuindo muito para um bom resultado na fabricação dos panificados.

“Talvez a principal inovação que se tenha de buscar está na melhoria de processos para o ganho de produtividade e da qualidade. Principalmente pelo fato de existirem dezenas ou centenas de itens num *mix* de panificados, o cuidado com o processo é fundamental”, ressalta.

## CONTROLES E NORMAS

Para tanto, é imprescindível desenvolver ferramentas como controles para as diferentes etapas da produção e mesmo um planejamento correto sobre o que fabricar a cada dia, para organizar a rotina de produção e ter, ainda, uma pesagem prévia dos ingredientes, de forma a evitar desperdícios e garantir que padeiros e confeitores, por exemplo, fiquem focados nas suas atividades-fim.

### EQUIPAMENTOS PARA PRODUÇÃO PRÓPRIA

Amassadeiras
Divisora
Modeladora
Fornos
Câmaras de fermentação
Mesas
Armários
Assadeiras
Batedeiras

### EQUIPAMENTOS PARA PRODUTOS CONGELADOS

Câmaras para estocar produtos
Câmaras de fermentação
Fornos

# ECONOMIZE TODO DIA, NUNCA MAIS SINTA QUE O BARATO SAIU CARO!

FORNO DE LASTRO FERRI



CILINDRO AUTOMÁTICO



TURBO FERRI

DIVISORA ELÉTRICA

**PRODUTOS DA LOJA ONLINE COM  
10% DE DESCONTO!**

**ACESSE E GARANTA O SEU CUMPOM:  
WWW.LOJAPENATEC.COM.BR**

**CONSULTE CONDIÇÕES.\***

\* VÁLIDO PARA COMPRAS NO VALOR ACIMA DE R\$300,00 REAIS.  
PROMOÇÃO VÁLIDA ATÉ DIA 22 DE DEZEMBRO DE 2018.

## INVISTA EM EQUIPAMENTOS PENATEC PARA VOCÊ:

- VER A CONTA DE LUZ DIMINUIR
- TER MENOS GASTOS COM MÃO DE OBRA
- AUMENTAR A PRODUTIVIDADE
- CONTAR COM O MELHOR PÓS-VENDA DO MERCADO

☎ (31) 3441-3436 ✉ contato@penatec.com.br

📍 @lojapenatec 📷 @lojapenatec 🌐 www.penatec.com.br

📍 Avenida Portugal, 4710 - Itapoã - Belo Horizonte - MG - CEP: 31.710-400





“Para o pão francês, inclusive, há a Norma NBR 16170, que direciona parâmetros de qualidade que ajudam na melhoria do pão. É possível alinhar ou corrigir o processo de fabricação aos preceitos da Norma e capacitar a equipe para realizar suas tarefas com o máximo de qualidade”, destaca.

O consultor sugere, ainda, que os supermercadistas acompanhem o resultado do trabalho da padaria no dia a dia, para que eventuais problemas possam ser corrigidos rapidamente. Preços compatíveis para os produtos e margens adequadas em relação ao faturamento são outras medidas essenciais para que o setor ganhe a preferência da clientela.

### POTENCIAL

O potencial de venda da padaria tem feito com que os supermercadistas invistam cada vez mais na área. Na rede Super Nosso, de Belo Horizonte, a maioria dos produtos comercializados na padaria é feita “em casa”. Localizada em Contagem, na Região Metropolitana de Belo Horizonte, a unidade industrial é responsável por 300 itens de panificação e confeitaria, o que corresponde a 60% da capacidade da planta. “A padaria é um setor importante e um dos focos do nosso negócio”, afirma o gerente industrial do Super Nosso, Bruno Alessandro da Silva e Cruz.

Ao que tudo indica, a qualidade da produção tem resultado no caixa, já que as padarias das lojas contribuem com 13% do resultado financeiro do Grupo. “Estamos constantemente em busca de novas maneiras de produzir com mais segurança alimentar, de forma que nos permita oferecer mais variedade para os nossos clientes. Um dos últimos investimentos foi na parte de embalagens”, comenta. O que não é fabricação própria passa pelo crivo técnico antes de ganhar a marca “Super Nosso”.

### CENTRAL PANIFICADORA

Na Casa Rena, de Itaúna, a central panificadora fornece 100% dos produtos comercializados na padaria. No total, são 250 itens que abastecem





todas as 12 unidades da empresa. Nas lojas, são produzidos outros 30 itens. Segundo o diretor, Roney Mendes, a partir de 2017 o setor recebeu investimentos de R\$ 400 mil em equipamentos como túnel de congelamento e câmara de armazenamento, entre outros. O retorno já é realidade. A padaria responde por 5% do faturamento do supermercado.

“Fomos o primeiro supermercado de Itaúna a colocar padaria nas lojas, em 1996. A qualidade dos nossos produtos gera fluxo de clientes e mais vendas”, comemora. Com o aumento do consumo do pão francês, a rede está em fase de testes para terceirizar uma parte dessa produção. O critério que a empresa está observando é a qualidade do item, que hoje é preparado diretamente nas lojas. “Nossa experiência mostra que os clientes gostam do pão de sal e do pão de queijo quentinhos”, frisa.

### CONGELADOS

O Zebu Carnes Supermercados, de Uberaba, também tem trabalhado para aumentar a rentabilidade das padarias das suas oito lojas. O proprietário, Matusalém Alves, optou por trabalhar com uma linha de congelados com pão francês, mas a empresa produz 400 itens. “É um setor importante, que merece atenção”, justifica. Atualmente, a padaria contribui com 3% do faturamento do negócio.

O empresário está investindo na terceirização de 100% dos itens produzidos e acredita que há fornecedores da região aptos a atender 90% da demanda das lojas. “É um processo lento, mas já começamos a implantar em duas unidades”, revela. 🚚



## 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**



Rua Levindo Lopes, 357  
6º andar  
Bairro Funcionários  
Belo Horizonte  
CEP: 30140-171  
Tel/fax: (31) 2122-0500  
[www.amis.org.br](http://www.amis.org.br)  
[amis@amis.org.br](mailto:amis@amis.org.br)

#### CONSELHO SUPERIOR

**Ronosalto Pereira Neves**  
Presidente do Conselho Superior  
Mart Minas  
Contagem  
(31) 3519-9017

#### CONSELHO DIRETOR

**Alexandre Poni**  
Presidente  
Verdemar Supermercado e Padaria  
Belo Horizonte  
(31) 2105-0101

**Gilson de Deus Lopes**  
Vice-presidente da Capital  
Supermercado 2B  
Belo Horizonte  
(31) 3334-4813

**Valdermar Martins do Amaral**  
Vice-presidente do Interior  
Supermercados ABC  
Divinópolis  
(37) 3229-9500

**Stephane Frantz Emmanuel Engelhard**  
Vice-Presidente de Expansão do  
Quadro Social  
Carrefour  
Belo Horizonte  
(11) 3779-6333

**Walter Santana Arantes**  
Vice-Presidente de Relações  
Públicas e Consumidores  
Epa Plus / Mineirão  
Belo Horizonte  
(31) 3389-5569

**Waldir Rocha Pena**  
Vice-Presidente de Relações com  
Autoridades e Entidades de  
Classe  
Supermercados BH  
Belo Horizonte  
(31) 3427-9612

**Epifânio de Prado Parreiras Júnior**  
Vice-Presidente de Tecnologia e  
Sustentabilidade  
Sales Supermercados  
Barbacena  
(32) 3052-6420

**Euler Fuad Nejm**  
Vice-presidente de Mídias e  
Grandes Empresas  
da Capital e Região Metropolitana  
Super Nosso/ Apoio Mineiro  
Contagem  
(31) 3359.3301

**Carlos Ernesto Topal Ely**  
Vice-Presidente de Centrais de Negócios  
Walmart Brasil  
Contagem  
(11) 2103-5606

**Jovino Campos Reis**  
Vice-Presidente de Eventos  
e Recursos Humanos  
Supermercados Bahamas  
Juiz de Fora  
(32) 3249-1013

**Navarro Agostinho Cândido**  
Vice-presidente Administrativo,  
Financeiro e Patrimonial  
Supermercado Superluna  
Betim  
(31) 3512-4580

**Ivo José de Castro**  
Vice-Presidente de Pequenas  
Empresas da Capital e Região  
Metropolitana  
Supermercado Super Vivo  
Belo Horizonte  
(31) 3442-4177

**Matusalém Dias Sampaio**  
Vice-Presidente de Pequenas  
Empresas do Interior/Centrais de  
Compras  
Consul  
Ipatinga  
(31) 3824-5149

**Júlio César de Oliveira**  
Vice-Presidente de  
Desenvolvimento de Serviços  
Bretas Cencosud  
Ribeirão das Neves  
(31) 3343-3660

**Matheus Pereira de Souza  
Neves**  
Vice-Presidente de  
Relações com Fomecedores  
Mart Minas  
Contagem  
(31) 3519-9000

**Paulo Roberto dos Santos  
Pompílio**  
Vice-Presidente de  
Abastecimento  
Extra  
Belo Horizonte  
(11) 3779-6333

**Raimundo Eustáquio Drumond  
Alves**  
Vice-Presidente de  
Mídias e Grandes Empresas do  
Interior  
Supermercados Rex  
Lavras  
(35) 3694-1900

#### SUPLENTE DO CONSELHO DIRETOR

**Bruno Santos de Oliveira**  
Supermercados BH  
Belo Horizonte  
(31) 3117-2600

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

**César Roberto Silveira**  
Supermercado Silveira  
Barbacena  
(31) 3339-6495

**Gustavo de Souza Barreto Trindade**  
Supermercados ABC  
Divinópolis  
(37) 3512-9441

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

**Jurandir Gomes da Silva**  
Walmart Brasil  
Contagem  
(31) 3221-0110

**Paulo Pianez Júnior**  
Carrefour  
Belo Horizonte  
(11) 3886-0305

**Paulo Sérgio Moreira dos Santos**  
Extra  
Belo Horizonte  
(31) 98492-3849

**Roberto de Mattos Gosende**  
Epa Plus / Mineirão  
Belo Horizonte  
(31) 3389-9469

**Rodolfo Kayser Nejm**  
Super Nosso / Apoio Mineiro  
Contagem  
(31) 3359-7909

**Ronaldo Alves Peixoto**  
Super Nosso/Apoio Mineiro  
Contagem  
(31) 3359-7909

#### CONSELHO FISCAL EFETIVO

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

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

**Rodrigo Cichovicz Ferreira**  
Mart Minas  
Contagem  
(31) 3519-9000

#### VICE-PRESIDENTES REGIONAIS

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

**Diego Marcel**  
Supermercado Mega Tejtão  
Araguari  
(34) 3249-8098

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

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

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

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

**Gervásio Alves da Cruz**  
Supermercado Farnetze  
Capelinha  
(33) 3516-1461

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

**Ary Soares Silva**  
Supermercado do Imão  
Caratinga  
(33) 3321-7171

**Charles Wagner Ferreira Silva**  
Ideal Supermercados  
Carmo do Paranaíba  
(34) 3851-2270

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

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

**Edson Palhares Jr.**  
Supermercado Paizão  
Curvelo  
(38) 3721-7799

**Gilson Teodoro Amaral**  
Supermercado Candidés  
Divinópolis  
(37) 3229-1200

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

**Josely Lima**  
Supermercado Kit-Sacolão  
Formiga  
(37) 3322-1510

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

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

**Cleudes Eustáquio Ferreira**  
Supermercado Boa Sorte  
Guanhães  
(33) 3421-2139

**Abilio Correa**  
São João Supermercados  
Guaxupé  
(35) 3559-7300

**Matusalém Dias Sampaio**  
Consul  
Ipatinga  
(31) 3824-5150

**Wagner Rocha de Castro**  
SD Mais Supermercados  
Itaguara  
(37) 3381-2261

**Dolores Antônia Fonseca**  
Supermercado Faria  
Itapecerica  
(37) 3341-1360

**Roney A. Mendes Silva**  
Casa Rena  
Itaúna  
(37) 3242-1844

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

**Julia Maria Barcelos**  
Hipermercado Comercial Montlevade  
João Monlevade  
(31) 3852.4411

**Hebert Lever José do Couto**  
Supermercado Líder  
João Pinheiro  
(38) 3561-1618

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

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

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

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

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

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

**Fernando Almeida Cordeiro**  
Supermercado Kí Jóiá  
Monte Carmelo  
(34) 3842-2341

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

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

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

**Ringley José de Faria Cançado**  
Super Só  
Papagaio  
(37) 3274-1210

**Geraldo Magela Jacinto Martins**  
Supermercado Paraense  
Pará de Minas  
(37) 3232-1332

**Carlos Alberto Kraemer**  
Coopervap  
Paracatu  
(38) 3679-8896

**Jerônimo Pereira Machado**  
Comércio de Alimentos Rilda  
Passos  
(35) 3529-6200

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

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

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

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

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

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

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

**Eduardo José Berço**  
Supermercado Bergão  
São João Del Rei  
(32) 3372-2154

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

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

**Antônio Roberto Reis Bastos**  
Hipermercado Santa Helena  
Sete Lagoas  
(31) 3779-5800

**Gustavo João Roberto Gorgulho  
Franco**  
GF Supermercados  
Três Corações  
(35) 3239-5000

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

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

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

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

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

#### SUPERINTENDÊNCIA

**Antônio Claret Nametala**  
Superintendente  
(31) 2122-0500



## ICMS NA BASE DO PIS E DA COFINS

### O último “round” de uma luta quase interminável

**P**assado mais de 1 ano e meio da decisão proferida pelo STF, a Fazenda Nacional ainda cria obstáculos para a efetivação dos direitos dos contribuintes.

No dia 15/03/2017, o plenário do Supremo Tribunal Federal reconheceu, em sede de julgamento com repercussão geral, que “O ICMS não compõe a base de cálculo para a incidência do PIS e da COFINS”.

A resolução desta disputa bilionária, que já completava quase 20 anos no STF, configuraria um enorme alento aos supermercadistas, uma vez que permitiria a redução da carga tributária atual do setor, bem como possibilitaria a recuperação de valores indevidamente recolhidos ao longo de anos.

Entretanto, por conta da demora – de mais de 1 ano – no julgamento de um derradeiro recurso interposto pela Fazenda Nacional, ainda não houve a definição de alguns pontos cruciais sobre a matéria, dentre os quais destacamos:

- a) A partir de quando será possível excluir o ICMS da base do PIS e da COFINS?
- b) O valor a ser excluído será todo o ICMS apurado, ou somente o ICMS próprio recolhido pelos contribuintes?
- c) Todos os contribuintes poderão recuperar os valores indevidos recolhidos, ou somente aqueles que possuem ações discutindo a matéria?

Essas dúvidas acabaram por colocar os supermercadistas em compasso de espera, e enquanto isso o fisco federal iniciou uma jornada para tentar frear a efetivação dos direitos dos contribuintes.

Nesse sentido, o Guia Prático ao ‘SPED Contribuições’ Versão 1.25, disponibilizado pela Receita Federal em janeiro deste ano, traz uma clara tentativa de restrição ao informar, de forma equivocada, que contribuintes detentores de decisões judiciais favoráveis só poderiam passar a excluir o ICMS da base do PIS e da COFINS após a definição

*“O poder judiciário, ciente de tais bravatas, vem freando o ímpeto do fisco, como se observa em recente decisão proferida pelo TRF-4”*

da questão pelo STF. Além disso, após a adoção recente de estratégia da Fazenda Nacional de não recorrer nos processos judiciais relativos à matéria, foi editada a Solução de Consulta Interna COSIT nº13/2018, por meio da qual a RFB defende, antes mesmo do posicionamento final do Supremo, que o valor a ser excluído da base do PIS e da COFINS seria somente o ICMS próprio a recolher.

O poder judiciário, ciente de tais bravatas, vem freando o ímpeto do fisco, como se observa em recente decisão proferida pelo TRF-4. Entretanto, cabe aos contribuintes, e especialmente aos supermercadistas, buscar a efetivação de seus direitos contra o fisco, seja a partir do cumprimento de suas sentenças favoráveis já existentes, seja através de estudos acerca dos impactos da exclusão do ICMS da base do PIS e da COFINS. 🚩



**AMIS**

Associação Mineira de Supermercados

**12/11**  
**Em homenagem ao**  
**Dia Nacional do**  
**Supermercado**

*A você, que é parte deste  
setor essencial na vida das  
pessoas: PARABÉNS!*



# G10 GERENTE NOTA 10

## GERENTE DE LOJA 4.0 (GESTÃO E OPERAÇÃO)

### OBJETIVO

Formar gestores de loja com conteúdos relevantes, desafiantes e atuais, que contribuam para a operação no dia a dia e que garantam a perenidade e sucesso do negócio, através de aulas práticas, construção e análise dos indicadores

### METODOLOGIA



### FONTES DE INSPIRAÇÃO

- Maior nível de conhecimento em operação de loja (melhores práticas em supermercados)
- Maior nível de conhecimento em produtividade (Gestão por resultados e experiência de compra)
- Maior envolvimento com as equipes, liderança e trabalho em time
- Utilização de metodologia TCC - Trabalho de Conclusão de Curso, com análise de indicadores para gestão de pessoas, processos e resultados



### INOVAÇÕES E DIFERENCIAIS COMPETITIVOS



A turma será dividida em três grupos (PESSOAS, PROCESSOS e RESULTADOS)

Abordância 900 greus (temas financeiros, mercadológicos, estratégicos, de planejamento, operacionais, comerciais e gestão)

Conteúdo ilustrado por exemplos, cases e estatísticas voltados ao setor supermercadista.



**NOVO FORMATO** 11 ENCONTROS semanais com professores especialistas, mestres e doutores

### INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

Lucas (31) 2122 0528 | Bira (31) 99106 2627

Fabiana (31) 2122 0561 | Glanderson (31) 99548 5600

R. Levindo Lopes, 357, 6º andar | Funcionários | BH  
cursos@amis.org.br



**Novas turmas em 2019**

# O OSCAR SUPERMERCADISTA mineiro 2018

COMPLETANDO SUA 33ª EDIÇÃO, O TROFÉU GENTE NOSSA SUPERMERCADISTA  
É REFERÊNCIA PARA O SETOR EM MINAS E NO PAÍS

**N**ovembro é mais que especial para o segmento supermercadista mineiro. Marcado pela comemoração do Dia Nacional do Supermercado, neste mês a Associação Mineira de Supermercados (AMIS) promove a maior premiação do *trade* varejista de Minas Gerais. Estamos falando da 33ª edição do *Troféu Gente Nossa*, que será realizado dia 22 de novembro, no Buffet Catharina, em Belo Horizonte.

Em uma noite de gala, o evento reúne os principais destaques do ano, e como forma de reconhecimento eles são agraciados com aquele que é considerado o *Oscar* do *trade* mineiro. A

cerimônia marca o encerramento das comemorações que tiveram início em maio deste ano com a premiação das empresas fornecedoras, quando os supermercadistas tiveram a oportunidade de escolher os destaques do ano.

## NOVIDADES

Neste ano, devido a muitas mudanças no mercado mineiro e para tornar a premiação cada vez mais equilibrada com relação aos portes das empresas, o regulamento passou por um processo de estudo e foi aprimorado de acordo com a realidade do segmento em Minas.

Nesta e na página ao lado, imagens da cerimônia de entrega do Troféu Gente Nossa Supermercadista do ano passado





Deste modo, serão agraciadas ao todo 20 categorias. Quatro delas são definidas pelo Conselho Diretor da AMIS: Vice-presidente Regional Destaque; Personalidade ou Instituição Destaque; Empresa ou Empresário Supermercadista Destaque e Sucessor Supermercadista.

As 16 categorias restantes são assim divididas: 10 supermercadistas; 1 Central de Negócios; 2 Gerentes de Loja; 1 Sucessor Supermercadista; 1 Loja Gourmet e 1 Atacarejo. Em cada uma das categorias são indicadas três empresas finalistas. A vencedora, porém, somente será revelada no dia da cerimônia.

O voto é realizado por meio eletrônico, com cédulas de votação com senha, fornecida pela AMIS. Após o encerramento do prazo de votação, é feita a tabulação do resultado final e validado pela empresa auditora Pedrosa Consultores Associados dez dias antes da solenidade de entrega do Prêmio.

Os ganhadores serão anunciados no dia do evento, durante a cerimônia, pelos auditores no momento da entrega do Prêmio. Nem a AMIS, nem os fornecedores ou os supermercadistas têm acesso antecipado à revelação desses nomes.

#### **DESDE 1986**

A tradicional premiação acontece desde 1986 e é referência no Varejo mineiro e nacional. Hoje com mais de 30 anos de tradição, nasceu com o objetivo de premiar os supermercadistas e fornecedores que melhor se relacionam com



o seu consumidor. Em suas primeiras edições o *Troféu* era direcionado a apenas duas categorias: alimentação e supermercados.

## FINALISTAS DO TROFÉU GENTE NOSSA SUPEMERCADISTA 2018

### PARCEIRO DESTAQUE

FERNANDO PASSALIO - SUPERINTENDENTE DA SECRETARIA GERAL DO FÓRUM PERMANENTE DAS MICROEMPRESAS DE PEQUENO PORTE DA SECRETARIA EXTRAORDINÁRIA DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO E FÓRUMS REGIONAIS DE MINAS GERAIS

### VPR

ÁLVARO PEREIRA LAGE FILHO - BAHAMAS - JUIZ DE FORA  
FÁBIO TEIXEIRA CAMPOS - SUPERMERCADO FIDELIS - BOM DESPACHO  
MATUSALÉM DIAS SAMPAIO - CONSUL - IPATINGA

### SUCESSOR SUPERMERCADISTA - INTERIOR

ALEX AMARAL CORDEIRO - CORDEIRO SUPERMERCADOS  
THULIO FERNANDES MARTINS - SUPERMERCADOS ABC

### SUCESSOR SUPERMERCADISTA - GRANDE BH

RAPHAEL SOARES CÂNDIDO - SUPERLUNA  
SÉRGIO HENRIQUE BASTOS - SUPERMERCADO SANTA HELENA

### EMPRESAS MINEIRAS DE DESTAQUE NACIONAL

SUPERMERCADOS BH  
EPA SUPERMERCADOS  
MART MINAS  
SUPERMERCADO BAHAMAS  
MULTI FORMATO DISTRIBUIDORA - GRUPO SUPER NOSSO

### SUPERMERCADO INDEPENDENTE INTERIOR - 1-2 LOJAS

COMERCIAL MONLEVADE  
SUPERMERCADO FARIA  
SUPERMERCADO TIA TECA

### SUPERMERCADO INDEPENDENTE INTERIOR - 3-5 LOJAS

BIG MAIS SUPERMERCADOS  
SUPERMERCADO BRASIL  
SUPERMERCADO PAIS E FILHOS

### SUPERMERCADO INDEPENDENTE GRANDE BH - 1-2 LOJAS

HIPER OPA  
SUPERMERCADO BERNADÃO  
SUPERMERCADO CIDADE  
SUPERMERCADO MOREIRÃO

### SUPERMERCADO INDEPENDENTE GRANDE BH - 3-5 LOJAS

SUPERMERCADO FARID  
SUPERMERCADO KALU  
UBERABA SUPERMERCADOS

### MÉDIA REDE DE SUPERMERCADOS DO INTERIOR

SALES SUPERMERCADOS  
SUPERMERCADO RENA  
SUPERMERCADOS COELHO DINIZ

### MÉDIA REDE DE SUPERMERCADOS DA GRANDE BH

SUPER LUNA  
SUPERMERCADOS ROMA PLUS  
VERDEMAR SUPERMERCADO & PADARIA

### REDE DE SUPERMERCADOS DO INTERIOR

BRETAS  
SUPERMERCADO BAHAMAS  
SUPERMERCADOS ABC

### REDE DE SUPERMERCADOS DA GRANDE BH

EPA SUPERMERCADOS  
GRUPO SUPER NOSSO  
SUPERMERCADOS BH

### CENTRAL DE NEGÓCIOS

REDE SUPERMAIS  
REDE SUPERVAREJISTA  
REDE UNISSUL

### HIPERMERCADO DA GRANDE BH

CARREFOUR  
EXTRA  
WALMART

### HIPERMERCADO DO INTERIOR

BRETAS  
SUPERMERCADO BAHAMAS  
SUPERMERCADOS ABC

### ATACAREJO

APOIO MINEIRO  
MART MINAS  
VILLEFORT ATACADO E VAREJO

### GERENTE DE LOJA DO INTERIOR

JOSÉ CRISÓSTOMO DE MEIRA - CONSUL  
MAGNO MESSIAS FERREIRA - SUPERMERCADO RENA  
RAIMUNDO REMES FERREIRA MAGALHÃES - MART MINAS

### GERENTE DE LOJA DA GRANDE BH

ANDRÉ RODRIGUES - MART MINAS  
MARCOS ARLEY MOREIRA - SUPERMERCADOS BH  
WALAS ALVES JARDIM - VERDEMAR

### LOJA GOURMET - GRANDE BH

SUPER NOSSO  
VERDEMAR SUPERMERCADO & PADARIA

### LOJA GOURMET - INTERIOR

COMERCIAL MONLEVADE - JOÃO MONLEVADE  
SUPERMERCADO BAHAMAS - JUIZ DE FORA

### UM POUCO DE HISTÓRIA

O *Troféu Gente Nossa Supermercadista* está em sua 33ª edição. Criado em 1986, nasceu com o objetivo de promover o desenvolvimento de todo o *trade*, valorizando empresas e profissionais

Classificação por ordem alfabética.

# COM A FORÇA TODA

A PILHA CONTINUA TENDO SEU PÚBLICO FIEL; E A EXPOSIÇÃO CORRETA CONTRIBUI PARA AUMENTAR AS VENDAS COM MARGENS SUPERIORES A 40%

Adenilson Fonseca

O supervisor da rede Paranaíba, com 15 unidades no vetor norte da Grande BH, Ademir Lopes, detectou que algumas sazonalidades são mais importantes para a venda de pilhas. Final de ano, períodos de férias ou recesso das crianças na escola e grandes eventos esportivos são momentos de se preparar para demanda maior do produto. E ele capricha na exposição junto aos caixas e prepara o estoque daquelas mais demandadas para brinquedos eletrônicos e controle remoto, principalmente.

É isso mesmo que deve ser feito, de acordo com uma das principais especialistas em gerenciamento de categorias no ponto de vendas no País. “Por ser uma categoria de conveniência, ela é muito adquirida no impulso, então precisa estar perto do eletroeletrônico, dos brinquedos, ter o ponto natural”, diz a professora de Varejo Fatima Merlin, diretora do Connect Shopper. “Esse ponto natural é recomendado próximo da parte de lâmpadas e iluminação e, sobretudo, na frente do caixa”, detalha.

É bem verdade que ela já viveu tempos melhores no passado, mas a pilha, literalmente, ainda guarda sua força e traz margens importantes. “O pessoal coloca aí de 40% para mais”, justifica Lopes. “Ela agrega muito valor, então é muito importante trabalhá-la de forma diferenciada, inspirando o *shopper* a comprar”, completa Fatima. Segundo Lopes, a pilha é um item que não pode faltar na loja. As mais demandadas na rede Paranaíba são as pequenas, normalmente vendidas em embalagens com quatro unidades.

Aliás, de uma pesquisa nacional não tão positiva assim vem a confirmação de que a pilha tem, sim, grande valor. Caso contrário, não estaria ocupando



esta posição. Segundo a 18ª avaliação de perdas no varejo brasileiro de supermercados, elaborada pela Abras, as pilhas estão em primeiro lugar no ranking de artigos mais furtados na seção de bazar. Logo, além de muita atenção na exposição e no atendimento, é preciso ficar atento também às perdas com esse produto.

A estimativa do mercado, com a qual a Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee) também trabalha, é de uma produção anual de 800 milhões de unidades no País. Segundo o gerente de Marketing da Divisão Pilhas e Baterias da Panasonic Brasil, Luciano André Lima,

60% do espaço, AAA ficam com 35% e os demais tamanhos (média, grande e 9 volts) ocupam em torno de 5% do espaço. Segundo a Nielsen, 92% do mercado, hoje, é composto pelos tamanhos AA e AAA. Se o supermercadista oferecer apenas um tamanho, estará perdendo venda”, alerta.

Nos últimos anos, a Panasonic iniciou uma reestruturação em toda a sua cadeia de negócios de pilhas no Brasil, passando pela produção e treinamento de equipe, até chegar à estratégia de distribuição, privilegiando o setor supermercadista. E essa aproximação com o segmento repercutiu bem. “O resultado dessas mudanças é um crescimento de dois dígitos no número de pilhas vendidas, e em 2018 não está sendo diferente”, comemora.

### ALCALINAS

Embora calcule que 60% do mercado seja representado pelas pilhas comuns, ele projeta um crescimento cada vez maior das pilhas alcalinas e a empresa, como todo o mercado, deverá expandir. “Nos últimos cinco anos fomos a empresa que mais ganhou *market share*. Passamos de 10% das unidades de pilhas alcalinas para 20%”, ilustra.

As ações promocionais, disse Lima, podem ajudar. Atividades aos finais de semana, pontos extras, entrega de brindes e atividades com promotores têm chamado a atenção e tornam a loja uma referência para compra de pilhas. A estratégia de Lopes, da rede Paranaíba, é oferecer um brinde a cada determinada quantidade de pilha comprada. E que seja um brinde que use pilha.

### SUSTENTABILIDADE

Como um item indispensável no dia a dia e presente praticamente em todos os lares, as pilhas requerem também um cuidado a mais na hora do descarte. É que pela Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), as empresas passam a ter a obrigação de coletar e dar a destinação correta aos produtos que colocam no mercado. Isto é, a indústria é a responsável por essa destinação, mas cabe ao varejo ser ponto de recolhimento depois do uso



Não importa se no supermercado ou em outro canal de venda, as pilhas precisam ser expostas com planejamento, de maneira a incentivar o giro

quando se trata da composição do *mix*, os itens indispensáveis nesta categoria são as alcalinas e as comuns, nos tamanhos AA, pequenas, e AAA palito.

### EXPOSIÇÃO IDEAL

Por isso, André recomenda uma exposição obedecendo a demanda e separando as pilhas por categorias, como alcalinas *premium*, alcalinas e comuns; depois, dentro de cada categoria, separar por tamanho, de acordo com a participação de mercado. “Por exemplo, as pilhas AA representam

Panasonic

LINHA DE PILHAS PANASONIC.  
ENERGIA PRA QUEM VENDE.  
CREDIBILIDADE PRA QUEM COMPRA.

AS PILHAS ALCALINAS REPRESENTAM:

VOLUME DE VENDAS



DO VALOR TOTAL



Fonte: Nielsen

ONDE AS PESSOAS COSTUMAM COMPRAR  
PILHAS NO ESTABELECIMENTO?

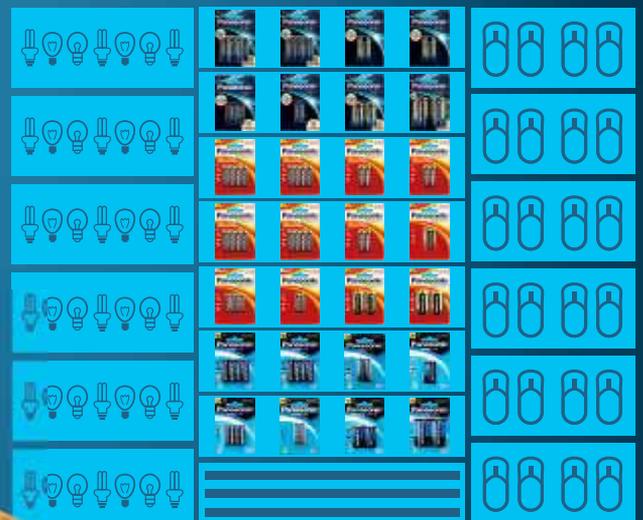
- A CHECKSTAND
- B FRENTE DO CAIXA
- C PONTO NATURAL
- D PONTO PROMOCIONAL

GARANTA MAIOR RENTABILIDADE PARA A CATEGORIA NA SUA LOJA!

**+ PILHA EXPOSTA É PILHA VENDIDA!**

EXPOSIÇÃO RECOMENDADA

BAZAR



LÂMPADAS

PILHAS

CHINELOS



DURA ATÉ  
**15X\***  
MAIS



**CRIADO  
PRA  
VOCÊ  
FAZER+**

\*Em comparação à pilha Panasonic comum do zinco.

O descarte sustentável das pilhas utilizadas é um desafio para fabricantes e varejistas, passando hoje pela discussão de acordos de logística reversa



pelos clientes. É a colocação em prática da logística reversa.

Porém, parte das empresas ainda não atende o previsto na legislação e não possuem sistemas de logística reversa. As dificuldades vêm de todas as partes, mas isso precisa ser resolvido, já que o Estado tem a obrigação de zelar pelo meio ambiente e dar segurança jurídica àqueles que cumprem a lei. É assim que pensa o Coordenador de Sustentabilidade do Grupo Super Nosso e membro do Comitê de Sustentabilidade da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), Marcelo Adeodato.

Para ele, a logística reversa pode ser vista como um custo para o empresário, mas pode ser um investimento se executada da maneira correta. Ela traz benefícios como segurança jurídica, ao evitar multas e custos com advogados; responsabilidade corporativa e ambiental, com engajamento de colaboradores; boa reputação e marketing positivo, o que contribui para a conquista de mais consumidores.

Para isso, o supermercado pode ter projetos próprios, como ponto de entrega voluntária (PEV), programas de conscientização ambiental para consumidores e projetos de apoio à cadeia de re-

ciclagem. Segundo Adeodato, existem redes de supermercados que estão vendendo mais aqueles produtos que recebem nos seus PEV após o uso. “Também existem empresas terceirizadas que investem para encontrar maneiras de reaproveitar os resíduos, em seu próprio processo produtivo, criando o que chamamos de *economia circular*”, exemplifica.

Outra opção é a participação em sistemas de logística reversa coletivos, como aderir a um programa já existente com o investimento necessário. Esses programas costumam ter ganhos de economia de escala e, por isso, tendem a ter um custo menor quando comparados a projetos individuais.

Adeodato explica que entre os elementos que compõem uma pilha estão substâncias potencialmente perigosas, como o mercúrio, chumbo, manganês, zinco, cádmio, lítio e níquel. Logo, quando enviadas aos aterros sanitários, elas contaminam o meio ambiente e os seres humanos. Daí a necessidade do descarte correto das pilhas.

A boa notícia é que a indústria é responsável e apoia essas iniciativas. A Abinee, por exemplo, também tem programa de incentivo ao recolhimento de pilhas usadas. 🛒

# a espera **acabou**

**PagSeguro é o mais novo  
conveniado AMIS**

Essa parceria foi feita pensando em você, supermercadista. Porque a gente sabe que, assim como o seu cliente, o que você mais quer é economizar.

## **+ benefícios**

- TAXAS INIGUALÁVEIS PARA O ASSOCIADO AMIS
- Sem aluguel de máquinas (equipamentos POS e PINPAD isentos)
- Máquinas sem fio (que você pode usar nas entregas/delivery)
- Aceita as bandeiras Visa, Master, Elo, Cabal, Hiper, Amex, Diners, Alelo, Sodexo, Ticket e VR
- Portal para a conciliação diária das vendas com cartão
- Conta Digital grátis
- Recebimento em qualquer banco

Para saber mais ligue:  
**31 2122 0500**



## Empresas que oferecem condições especiais para os associados da AMIS

ÁREA	EMPRESA	DESCRIÇÃO	BENEFÍCIO	CONTATO
ADQUIRÊNCIA	PAGSEGURO	Taxas e máquinas para vendas em cartão de débito, crédito e parcelado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taxas inigualáveis para o associado AMIS;</li> <li>• Sem aluguel de máquinas (equipamentos POS e PINPAD isentos);</li> <li>• Máquinas sem fio (que você pode usar nas entregar/delivey);</li> <li>• Aceita as banderías Visa, Master, Elo, Cabal, Hiper, Amex, Diners, Alelo, Sodexo, Ticket e VR;</li> <li>• Portal para a conciliação diária das vendas com cartão;</li> <li>• Conta Digital grátis;</li> <li>• Recebimento em qualquer banco.</li> </ul>	(31)2122-0500 relacionamento@amis.org.br
AMBIENTAL	SEJACOR	Consultoria e educação em sustentabilidade. Treinamentos, capacitações e programas de educação socioambiental. Ressignificação e posicionamento de práticas socioambientais para a geração de valor ao negócio de empresas.	Condições exclusivas para associados.	(31) 98806-7314 izabel@sejacor.com
CERTIFICAÇÃO DIGITAL	CERTBH	O Certificado Digital é um documento eletrônico usado para identificar pessoas físicas e jurídicas, servidores e softwares no mundo digital.	Tabela especial para associado	(31)3646-4010/ 99982-6052 atendimento@certbh.com.br
CONTÁBIL	CONSULFORTE CONTABILIDADE E CONSULTORIA CONTÁBIL	Consultoria Contábil.	Condições exclusivas para associados	(31) 99778-5355/ (31) 3267-5807 marcos@consulforte.com.br
CONTÁBIL	CONTABILIDADE RIACHO	Contabilidade especializada no setor Supermercadista.	Condições exclusivas para associados	(31)98543-0719/ 2568-2115 marcelo@contabilidaderiacho.com.br
CONTRATAÇÃO	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.	(31)3429-8109 / 3429-8144 gilsonelesbao@cieemg.org.br
GESTÃO	CLRD ADVOGADOS ASSOCIADOS	Projetos de Governança Corporativa na Prática	Desconto de 10% de desconto para associados AMIS.	(31) 3269-5900 luciano.castro@clr.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	(31)3047-9838 abmouraadvogados@uol.com.br
JURÍDICA TRABALHISTA	GONTIJO E MENDES ADVOGADOS E ASSOCIADOS	Direito Trabalhista	Condições exclusivas para associados	(31) 3290-8700 alberto.filho@gontijomendes.com.br
JURÍDICA EMPRESARIAL	ANDRADE SILVA ADVOGADOS	Direito ambiental, corporativo, societário, mercado de capitais, tributário, fusões, aquisições, operações estruturadas, reestruturação e recuperação de empresa.	Condições exclusivas para associados	(31) 2103-9560 / 3287-4282 david@andradesilva.com.br / contato@andradesilva.com.br
JURÍDICA TRIBUTÁRIA	ARRIEIRO & DILLY SOCIEDADE DE ADVOGADOS	Consultoria tributária; Contencioso tributário; Consultoria societária e Direito Penal.	Condições exclusivas para associados	(31) 3318-1501/ 98476-2379 eduardo@adadv.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.	Benefício: Condições exclusivas para associados. Direito a uma auditoria fiscal eletrônica gratuita. Cobrança limitada em 10% sobre serviços tributários.	(31) 2523-0017 (31) 9 9913-2005 comercial@auditbrasil.com.br
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.	(31) 3483-6266 ricardo@bornsolutions.com.br
JURÍDICA TRIBUTÁRIA	E-AUDITORIA SOFTWARES COMO SERVIÇOS LTDA	Ferramentas completas e totalmente focadas em Auditoria Digital. Aplicativos: e-Auditor, e-Consulta, e-Drive, e-360, e-Simulador, e-Atendimento.	20% desconto para Associado AMIS. Cobrança limitada em 10% sobre serviços tributários.	(32) 3212-4324 www.e-auditoria.com.br;comercial@e-auditoria.com.br
JURÍDICA TRIBUTÁRIA	STRATUS CONSULTORIA LTDA	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.	(47) 3372 2726 ivanor@stratusconsultoria.com.br
JURÍDICA TRIBUTÁRIA, TRABALHISTA E EMPRESARIAL.	SGARBI & MAGALHAES ADVOGADOS	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 dilligence fiscal e tributária.	Condições exclusivas para associados	(31) 3234-2270 andre@sgarbimagalhaes.com.br
MARCAS E PATENTES	PROPRIA MARCAS E PATENTES	Registro de amrcas e patentes.	Condições exclusivas para associados	(31) 3213-4877 propria@propriamarcas.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.	(31) 3048 - 6124 comercial@belodente.com.br www.belodente.com.br
SEGURO	QUALISEG ASSESSORIA EM SEGUROS LTDA	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	(11)99154-2890 marcelo.sousa@qualityservices.com.br
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.	(31)3025-1299 / 98399-7557 mariamelo@avancoinfo.com.br
TECNOLOGIA	LINEAR SISTEMAS	Sistema de gestão Linear completo.	15% de desconto e pagamento em 10 vezes para associados AMIS.	(31)2511-3131 comercial@linearsistemas.com.br
TECNOLOGIA	ABSCARD - GESTÃO INTELIGENTE DE VALE-TRANSPORTE	Sistema para Gestão Inteligente de Vale-transporte.	10% de desconto sobre a tabela ABSCARD, para os associados AMIS. 10% de desconto sobre a tabela ABSCARD, para os associados AMIS.	0800 600 2592 ou 31-3377-2592 0800 600 2592 ou 31-3377-2592 claudia.silva@audaztec.com.br
TECNOLOGIA	TOP SISTEMAS	Sistema para Gestão Inteligente de Vale-transporte.	Empresa com mais de 20 anos de mercado, pioneira no monitoramento de caixa e no recebimento e transferência de mercadorias, com mais de 7.000 soluções instaladas e atendimento em todo território nacional. 10% (dez por cento) de desconto no sistema Cash ou Recebe Atendimento diferenciado e personalizado.	(11) 3522-7040 (19) 3405-2542 diretoria.top@topsistemas.com.br

# PRODUTIVIDADE TAMBÉM TEM RECEITA PARA CRESCER.

Em Minas, o setor de panificação tem **mais de 6 mil empresas**, que, juntas, faturam **mais de R\$ 8 bilhões/ano**. A indústria de panificação está presente nos **853 municípios mineiros**. No Brasil inteiro, o setor gera **800 mil empregos diretos e, em Minas, em torno de 66 mil**. Para fortalecer ainda mais esse segmento industrial, o SENAI oferta cursos de aperfeiçoamento, aprendizagem, iniciação e qualificação profissional e técnico em vários ofícios ligados à panificação. Por ano, **quase mil alunos** passam por esses cursos em todo o estado. O Sistema FIEMG também **apoia os sindicatos empresariais do setor**, que são fundamentais para o desenvolvimento de toda a cadeia produtiva. Assim, a indústria mineira cresce junto com a qualidade dos produtos que chegam à mesa do consumidor.





**SESI SENAI FIEMG**



# NOVOS TEMPOS COMEÇAM AQUI

OTIMISMO RENOVADO E PREPARAÇÃO PARA OS DESAFIOS DA RETOMADA DO DESENVOLVIMENTO E DA RECONSTRUÇÃO DO PAÍS NA SUPERMINAS 2018, REALIZADA DE FORMA CONJUNTA PELA ASSOCIAÇÃO MINEIRA DE SUPERMERCADOS (AMIS) E PELO SINDICATO E ASSOCIAÇÃO MINEIRA DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO (AMIPÃO)

Com presença maciça e volume de negócios superando todas as expectativas, supermercadistas e panificadores renovaram na Superminas 2018 o otimismo e se preparam para os novos tempos de Minas e do País que se iniciam 2019. E não poderia ser diferente. O megaevento, considerado um dos maiores do Brasil, realizado de 16 a 18 de outubro, no Expominas, em Belo Horizonte, recebeu participantes de mais de 650 cidades mineiras e de praticamente todos os estados brasileiros.

Conforme números registrados, o público total chegou a cerca de 55 mil participantes, que contou uma programação ampla, entre feira de expositores e mais de 70 eventos técnicos como palestras,

Nesta página, profissionais supermercadistas acessam a Superminas 2018 pela rampa principal; na página ao lado, movimentação no Pavilhão Minas, na área de exposição da Obah Design; movimentação no Pavilhão Gerais e vista geral do público no Auditório Diamante



workshops, aulas-show e rodadas de negócios. Com 484 expositores, a Superminas alcançou aproximadamente R\$ 1,86 bilhão em negócios concluídos durante a feira ou iniciados para posterior fechamento.

Como um evento que antecipa as tendências de consumo do segmento, a Superminas registrou também cerca de 350 lançamentos de produtos e serviços voltados para o varejo, especialmente os setores supermercadista e da indústria de panificação.

“Os resultados da Superminas 2018 são um reflexo da realidade do segmento supermercadista. Apesar do cenário de mudanças políticas, o empresário está confiante na força do negócio. Por isso tivemos sucesso em mais uma edição do evento”, destaca Alexandre Poni, presidente da AMIS.

A Superminas 2018 contou com o apoio da Federação das Indústrias de Minas Gerais (Fiemg) como correalizadora. E do Sebrae Minas como apoio *master*.



## Solenidade de abertura aponta novos caminhos

A Superminas 2018 teve sua solenidade de abertura realizada com o auditório principal do Expominas praticamente lotado, revelando o clima de intensa movimentação de público e de negócios, que seria a marca do evento durante os três dias de realização.

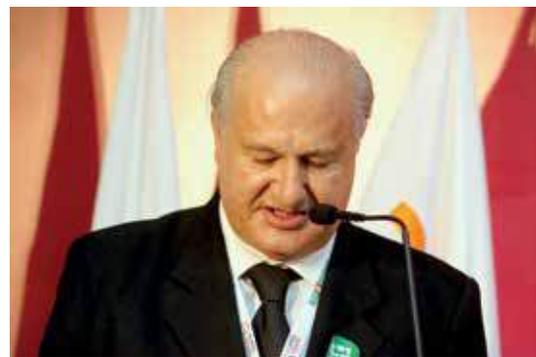
A solenidade teve início com a apresentação musical da banda *Minueto*, que executou o Hino Nacional. Em seguida, o presidente da AMIS, Alexandre Poni, abriu a sequência de pronunciamentos. Poni destacou o público recorde que a feira estava recebendo e agradeceu, principalmente, os vice-presidentes regionais da AMIS pelo apoio.

O presidente ressaltou também a importância do momento político – a Superminas aconteceu no intervalo entre o primeiro e o segundo turnos das eleições – e assinalou a urgência de várias reformas, dentre elas a tributária, a previdenciária e a política.

Os demais dirigentes que fizeram uso da tribuna foram o presidente da Federação das Indústrias

de Minas Gerais (FIEMG), Flávio Roscoe; o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP), José Batista de Oliveira, e o presidente da Associação de Supermercados de Brasília, Antônio Tadeu Peron, que representou na solenidade o presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), João Sanzovo. Fez pronunciamento também o senador por Minas Gerais e ex-governador de Minas, Antonio Anastasia.

Terminados os pronunciamentos, o público foi convidado a acompanhar o descerramento da fita inaugural do evento, juntamente com as autoridades presentes e as lideranças supermercadistas. Após o descerramento, dirigentes e autoridades fizeram uma visita à feira. Um dos pontos de maior atenção foi o espaço dedicado ao *Circuito Mineiro de Compras Sociais* (CMCS). Lá, conversaram com expositores e fizeram degustações, inclusive do doce de leite mineiro, café, pães, biscoitos e guloseimas.



Da esquerda para a direita, no sentido horário: o presidente da AMIS, Alexandre Poni; o presidente da Fiemg, Flávio Roscoe; o vice-presidente da Abras, Antônio Peron e o presidente da Abip, José Batista de Oliveira

LANÇAMENTO

# POP PLUS

tres



### Sistema Multibebidas

Com o moderno e exclusivo sistema de extração e um simples toque de um botão, é possível obter espressos perfeitos, filtrados, chocolates, cappuccino e chás 100% naturais em poucos segundos.



### O espresso perfeito

Cada cápsula contém 8g de café torrado e moído que aliados a uma tecnologia de extração única, garantem um espresso perfeito.



### Sistema de pré-infusão

O sistema único de pré-infusão é a máxima garantia para a extração perfeita de qualquer café ou bebidas quentes da solução TRES, sempre.



### O aroma do café

A nossa tecnologia inovadora de cápsulas permite à máquina extrair o melhor, mantendo e exaltando o aroma das bebidas.

Máquina Automática

f/escolhatres

@escolha\_tres





## Um brinde à Superminas 2018

Na noite de véspera da abertura da Superminas 2018, a Casa Bernardi, em Belo Horizonte, foi o palco para que dirigentes, lideranças supermercadistas e da panificação e representantes das principais empresas dos dois setores em Minas se encontrassem para confraternização e comemo-

ração pela realização de mais uma edição deste megaevento. E neste clima de confraternização celebrou-se também os aniversários de dois supermercadistas que aconteciam naquela semana de outubro: Rono Neves, do MartMinas, e Pedro Lourenço, do Supermercados BH.



EMBARQUE COM A START NESTA CAMPANHA!



SERÃO 9 CABINES NO MAIS LUXUOSO NAVIO DE CRUZEIRO DA COSTA BRASILEIRA, COM DIREITO ACOMPANHANTE!

E MUITOS OUTROS PRÊMIOS!



AZULIM tuff BIANCO

Abasteça sua loja e aproveite o forte investimento em mídia e merchandising.



MPDVs



RÁDIO



INTERNET



TV



REVISTAS



VENDAS

GOIÂNIA/GO - 62 3636-2017

UBERLÂNDIA/MG - 34 3292 6191

ACESSE E SAIBA MAIS: [www.viagemdossonhos.net](http://www.viagemdossonhos.net)



# Natural Milk: único e autêntico.

O sabor original do leite.

## + Cremoso

mantém o teor natural de  
gordura do leite.

## + Fresco

desde a ordenha ao envase  
ocorre em até 24h.

## + Saboroso

sabor do leite tirado na hora.



Leite é tudo

## Ricardo Amorim: otimismo e esperança no horizonte

“Perspectivas Econômicas” foi o tema da primeira palestra da Superminas 2018, que trouxe para o público um debate interdisciplinar sobre eleições, economia e tecnologia. Com o auditório lotado, o economista e debatedor do programa *Manhattan Connection*, da Globo News, Ricardo Amorim, deu um sinal de esperança para os empresários do setor, que o ouviam atentamente.

Segundo Amorim, o fundo do poço econômico ficou para trás. Ele acredita que a economia

vai surpreender nos próximos anos, independentemente de qual for o cenário político a partir de 2019. Vale ressaltar que a palestra foi feita entre o primeiro e o segundo turno da eleição presidencial, uma vez que a Superminas 2018 aconteceu de 16 a 18 de outubro e o segundo turno realizou-se na semana final daquele mês.

“A economia é movida a confiança. Se o consumidor acha que vai ganhar mais (dinheiro) no futuro, ele vai gastar mais. É um círculo vicioso”, explica o economista, que apontou um cenário promissor na economia brasileira, como antes de 2014. O economista acredita que a agenda econômica não oferece muitas opções para um novo governo: os ajustes das contas federais e estaduais são inevitáveis, assim como iniciativas para retomada do consumo.

Amorim explica que o empresariado brasileiro é corajoso, mas falta a ele ambição e inovação, principalmente quando se fala em tecnologia. “Se a gente entrar de cabeça na inovação tecnológica, a gente vai ter as melhores oportunidades. Mas não existe moleza. Precisa de muito trabalho, planejamento e inovação”, alerta.

Ricardo Amorim: "o empresariado brasileiro é corajoso, mas falta a ele ambição e inovação"



# LANÇAMENTO



## FEIRA SUPER MINAS

BH - 2018



*Agradecemos aos nossos amigos e supermercadistas pela visita em nosso stand.*

**Sabor**<sup>®</sup>  
Condimentos

(33) 3331 2942  
sac@saborcondimentos.com.br  
www.saborcondimentos.com.br

Da esquerda para a direita: o diretor Regional e de Negócios da Rede Globo Minas, Marcelo Ligere e o diretor de Mercado da Rádio Itatiaia, Carlos Doné



## A comunicação no varejo e as novas mídias

Trazendo a reflexão sobre a relação entre o comércio varejista e a comunicação no processo de construção de marcas, o jornalista e publicitário Carlos Rubens dos Santos Doné, Diretor de Mercado da Rádio Itatiaia, e o administrador especializado em Marketing e MBA, Marcelo Ligere, Diretor Regional e de Negócios da Rede Globo Minas, palestraram sobre “A comunicação no Varejo”, no segundo dia da Superminas 2018.

Segundo Doné, 58% das pessoas têm confiado menos nas informações que circulam nas redes sociais devido ao fenômeno das *fakes news*, o que, para ele, pode prejudicar bastante os negócios. Por outro lado, essas mídias podem auxiliar no processo da construção de marcas, agregando valor ao negócio. Porém, a sustentação da marca não ocorre exclusivamente pelas mídias digitais. Outras mídias devem ser consideradas, em especial as chamadas tradicionais, como Rádio e TV.

Opinião semelhante tem Marcelo Ligere. Ele argumenta que o advento das mídias sociais

introduziu novas possibilidades e que as estratégicas de construção de marca precisam de cruzar diferentes oportunidades oferecidas pelos meios tradicionais e os alternativos.

Também apresentou sua opinião o consultor internacional do LinkedIn para negócios e carreiras, Luiz Carlos de Oliveira, para quem “o supermercadista precisa, realmente, entender qual é o *feedback* que o cliente espera de um supermercado em termos de atendimento, respeito, foco, instalação organizada e limpa”.

Bem atenta a tudo o que disseram os palestrantes, a supermercadista Melissa Azevedo, proprietária do Hiper Azevedo, de Barão de Cocais, disse que a palestra foi importante para perceber que as marcas devem ser melhor identificadas, construídas com mais proximidade da diretoria e do cliente, gerando uma diferenciação maior do concorrente. “E sempre lembrar da experiência do cliente; ele precisa ter uma experiência muito boa do seu negócio”, completa.

# OUTUBRO FOI UM GRANDE MÊS PARA A CODIL.

É COM MUITO PRAZER  
QUE A GENTE  
DIVIDE COM VOCÊ  
DUAS NOVIDADES:

## A Participação da CODIL NA SUPERMINAS foi UM SUCESSO.

A Codil esteve na Superminas reencontrando parceiros, fazendo novos contatos e agora está comemorando excelentes negócios.

## A CODIL AGORA É ISO 9001.



A excelência que  
você já conhece  
foi atestada pela  
normatização  
mais prestigiada  
do mundo.

E você,  
já é cliente Codil?  
**Venha fazer  
negócios com  
a gente.**

**Fique por dentro de mais novidades.**

@CODILALIMENTOS /CODILALIMENTOS

**Conte sempre com a Codil para o seu supermercado.**

Plano de comunicação



Rádio



Internet



Brindes



TV



Revistas



atendimento@arrozcodil.com.br

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

Tel.: 37 3512-1000

WWW.ARROZCODIL.COM.BR

## O mundo mudou... Bem na minha vez

Considerado um dos palestrantes mais requisitados do país, o mestre e doutor em Comunicação, Dado Schneider, levou aos espectadores da palestra "O mundo mudou... Bem na minha vez". A base de sua mensagem é a de que as boas estratégias de venda e marketing requerem ideias inovadoras acerca dos relacionamentos, sejam eles pessoais e profissionais, ou, sobretudo, entre consumidores e varejistas.

O professor Dado Schneider trabalhou como publicitário por 20 anos. Foi executivo de marketing da Claro e consultor de grandes empresas nacionais. Há três anos viaja por todo o Brasil como palestrante. Em sua palestra, procura mostrar para as Gerações X e Y o elevado grau de digitalização que já possui a Geração Z desde que nasce e como estamos todos ficando defasados em relação a eles. Segundo Schneider, sem um grande esforço de nossa parte, que ele batizou de "digiriatria" ("digi", de digital, somado a "geriatria"), podemos não conseguir acompanhá-los.

Dado Schneider: "hoje apenas 'ficamos', pois há excesso de oferta, excesso de opções, excesso de estímulos"

Em seu primeiro livro, que tem o título da palestra que fez na Superminas, "O mundo mudou... bem na minha vez!", ele desafia os padrões e traz ideias arejadas acerca de relacionamentos pessoais e profissionais, de relações entre consumidores e empresas, das diferenças e conflitos entre gerações e de etiqueta no trabalho. Lança luz sobre estratégias de venda e marketing, motivação, liderança e equilíbrio entre a vida pessoal e profissional. Schneider avalia que "pela primeira vez na história da humanidade há um volume brutal de conhecimento, que é repassado, com intensa velocidade, da geração mais nova para a mais velha".

### A ERA DO "FICAR"

As profundas mudanças nos mercados condicionaram novos comportamentos. Num passado bem recente, éramos formados e educados para formar vínculos: hoje, somos estimulados apenas a "ficar". Ou seja: antes, namorávamos e casávamos com pessoas, marcas, produtos e empresas; já hoje, apenas "ficamos", pois há excesso de oferta, excesso de opções, excesso de estímulos – que nos confundem sobremaneira, a ponto de subverterem nossa anteriormente equilibrada escala de valores. E, no meio desse turbilhão, surge a necessidade de "fidelizar" – o maior desafio do marketing moderno.

Deste modo, os princípios básicos do marketing são eternos, mas vem aumentando tanto a velocidade das mudanças na sociedade que é necessária para uma nova mentalidade e também uma nova prática mercadológica. Executivos produzem cada vez mais estratégias distantes do que os mercados necessitam e essa miopia se deve, em parte, aos conceitos defasados que são ensinados e discutidos em nosso País. É um alerta a empresários e executivos que lidam diariamente com o consumidor, pois ele está cada vez mais exigente, propenso à infidelidade e é dono do destino do seu dinheiro.



# apreciare

Apreciare é sabor e saúde.

Consumidores exigentes e atentos em qualidade e bem estar são decisivos na composição do resultado da sua loja. Mantenha a presença deste público oferecendo produtos Appreciare. Tendências que unem muito sabor, prazer em comer bem e saúde.

**SKYR:** Desenvolvido à base de leite desnatado com alto teor de proteínas, através de um processo de concentração de alta tecnologia. Muita cremosidade em copos de 130g com 13g de proteína.

**KEFIR:** Leite fermentado semidesnatado produzido a partir da ação dos micro-organismos presentes naturalmente nos grãos de kefir. Sabor original, textura leve e cremosa.

**+WHEY:** São uma opção prática e saudável para quem deseja uma dose extra de proteína no dia a dia.

**+WHEY** **ZERO%** **ZERO%** **ZERO%** **ADOÇADO**  
**LACTOSE** **AÇÚCAR** **GORDURA** **COM STEVIA**



**80%**  
das pessoas estão dispostas a pagar mais por itens com atributos nutricionais superiores

Consumidores pagam até **2x mais** por produtos lácteos zero lactose

  
Tendência de mercado

  
Linha premium de alto valor agregado

  
Maior rentabilidade



AMPLIO

## No pequeno varejo, atendimento personalizado é a solução, indica Olegário

“O que os supermercados devem priorizar para serem relevantes e terem sucesso no atual ambiente competitivo”. Este foi o título da palestra apresentada pelo pesquisador do Centro de Excelência em Varejo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-Cev), Olegário Araújo, no auditório Diamante, às 9 horas do dia 18 de outubro. A palestra teve como objetivo principal mostrar, especialmente ao pequeno varejo, o que é essencial para competir no atual ambiente de transformações no setor.

A palestra expôs aos varejistas como é possível se diferenciar no mercado sem grandes investimentos, sem muitas mudanças em estrutura de loja, apenas focando no perfil de atendimento demandado. Araújo lembrou que é preciso valorizar aquele cliente que no passado era conhecido pela cadernetinha de anotar as compras. A maneira de comprar mudou, porém as pessoas querem atendimento parecido com aquele tempo. “A gente

adorava a cadernetinha do fiado; hoje, a gente fala com uma máquina e ela entende”, ilustrou.

Dando como exemplo o modelo de proximidade *Carrefour Express*, Araújo citou os vários formatos de varejo que atendem o consumidor em todos os momentos e necessidades de compra. São pequenas lojas que se apresentam como alternativas aos restaurantes, às lanchonetes e com produtos diversos, sejam ao lado de casa, no aeroporto ou no metrô.

“Qual é o recado?” – alertou. “Cada loja deve se adequar ao entorno dela e entregar soluções para o cliente”, disse. Outra mensagem dele é a volta da venda de produtos artesanais, ou a granel, que demandam menos processamento, consomem menos recursos naturais e como isso assumem “uma pegada”, mais ambiental, atraindo a simpatia dos consumidores mais preocupados com o tema “sustentabilidade”.



Olegário Araújo:  
"cada loja deve se adequar ao entorno dela e entregar soluções"





• Alimentos •

Produtos de qualidade, negócios rentáveis e consumidor satisfeito, só com a Pachá Alimentos!

- ☉ Estrutura completa
- ☉ Mix variado (batatas palhas, refrescos, pipocas, farináceos, feijão, amendoim, farofa, grãos, derivados de milho, molhos, temperos, azeitonas, achocolatado, frutas secas, castanhas, alimentos para pássaros, entre outros)
- ☉ Marca reconhecida pelos consumidores



## ICMS em debate com a presença da Sefaz

O secretário da Fazenda de Minas Gerais, José Afonso Bicalho

Uma das principais palestras do segundo dia da Superminas 2018 foi feita pelo Secretário da Fazenda de Minas Gerais, José Afonso Bicalho Beltrão da Silva, que abordou sobre o impacto do ICMS no Varejo. Durante sua palestra, o Secretário ofereceu aos supermercadistas e panificadores a oportunidade de apresentarem dúvidas e sugestões.

Foram pautados assuntos como o impacto do imposto no *e-commerce* e a aplicação de outros impostos, como o ISS, a carga tributária sobre o faturamento e os benefícios fiscais referentes ao ICMS. Outro importante ponto levantado por ele foi a questão da reforma tributária e a dificuldade de simplificar toda a carga de tributos em um único imposto.



## Reforma Trabalhista e seus impactos após um ano em vigor

Em vigência há quase um ano, a Reforma Trabalhista ainda gera muitas discussões em função de obrigações transitórias às empresas e colaboradores.

Por isso, advogados especialistas no assunto como o consultor jurídico Conrado Di Mambro, o superintendente regional do Ministério do Trabalho, João Carlos Amorim e o diretor de RH do

Grupo DMA, Régis Shroder Ramos, fizeram um balanço e avaliação dos reflexos da nova legislação após a sua vigência.

Segundo Conrado, houve redução no número de processos trabalhistas. “Após a Reforma Trabalhista houve impacto até mesmo para própria advocacia, pois antes, tinha escritório que fazia 10 audiências por semana, hoje faz duas”. Mas ele acredita que se o caso de fato tiver relevância para o réu, ele vai entender que é preciso um bom advogado para fazer a defesa dele, evitando assim a banalização da lei.

“Se o trabalhador entender que a causa é relevante, ele vai correr atrás de um de bom advogado para fazer a sua defesa”, disse Conrado. Ele ainda abordou sobre questões como o contrato intermitente, negociação de férias e terceirização. Após a palestra, aconteceu um bate-papo com o representante do Ministério do Trabalho, João Carlos Amorim e o diretor de RH do DMA, Régis Shroder, que tiraram dúvidas sobre o tema.

Segundo Conrado Di Mambro, após a Reforma Trabalhista houve impacto até mesmo para a própria advocacia





## Frango fresco? Só se for Nat.

Os cortes de frango resfriados Nat, embalados com a tecnologia ATM, têm o sabor, a maciez e a cor originais preservadas por mais tempo, sem adição de produtos químicos e conservantes. Assim, oferecem mais qualidade, rentabilidade e diferenciação para o seu negócio. É a Nat levando mais uma linha de produtos com o sabor das coisas simples para o seu estabelecimento.



Bandejas mais higiênicas.



Embalados em atmosfera controlada.



Mais fresco por mais tempo.





O sabor do essencial



3 corações



## Momento dedicado à mulher supermercadista

Em meio à extensa programação da Superminas 2018, um momento especialmente dedicado à mulher supermercadista. Trata-se do *Evento Feminino*, realizado no segundo dia da Superminas.

“É um momento de confraternização e parabenização entre as mulheres que trabalham no setor e que vivem nesse meio agitado, de muito dinamismo. É um momento de a gente relaxar, ter uma boa conversa e de desenvolver conhecimento também por meio de uma boa palestra e bate-papo”, destacou Luciana Poni, presidente da Comissão Feminina.

Um dos destaques da programação do Evento, conforme ressaltou Luciana, foi a palestra,

seguida de bate-papo, com a jornalista e escritora mineira Leila Ferreira. “A gente tem vivido momentos de turbulência não só no Brasil. Desemprego, violência, crise de valores”, conta a jornalista, que palestrou sobre leveza. Para ela, a vida que as pessoas têm levado está pesando a alma.

Patrocinadores também prestigiaram o Evento Feminino: Forno de Minas, AmBev, Café Três Corações e Laticínios Porto Alegre. “A gente sempre está apoiando a AMIS. Fizemos questão de estar neste evento hoje, apoiando as mulheres, a liderança feminina na gestão”, explica a gerente regional de vendas da Forno de Minas, Marina Henriques Freitas.



LegendaLegenda

ARROZ  
*Prato Fino*

**SUPER  
MINAS**<sup>®</sup>  
FOOD SHOW 2018

*Obrigado Minas Gerais!*

#JuntosSomosMais







O sabor do essencial



TUDO COMEÇOU NA FAZENDA Porto Alegre NO INTERIOR DE Minas

Na sua gôndola não podem faltar os campeões de vendas!

Plano de Comunicação:



Mídia Out of Home



Rádio



PDV



YouTube



Facebook



Instagram

0800 039 1439

laticiosportoalegre.com.br

/portoalegrelaticinos

/laticiosportoalegre





**linear**<sup>®</sup>  
SISTEMAS

# Excelência em Software de Gestão para Supermercados

Soluções inovadoras e diferenciadas para o seu negócio!

CONDIÇÃO ESPECIAL  
PARA ASSOCIADOS AMIS



**linear**<sup>®</sup>  
SISTEMAS

Av. Altamiro Avelino Soares, 342 | Castelo | BH | Cep.: 31330-000

Tel.: 31 2511-3131 | [comercial@linearsistemas.com.br](mailto:comercial@linearsistemas.com.br) | [www.linearsistemas.com.br](http://www.linearsistemas.com.br)



## Seminário Abip Propan: competitividade e inovação

Com uma rica programação sobre gestão e técnicas na área de panificação, a Superminas 2018 abrigou também o Seminário Abip-Propan, da Associação Brasileira da Indústria da Panificação (Abip) e do Programa de Desenvolvimento da Alimentação, Confeitaria e Panificação (Propan). A abertura do Seminário ocorreu às 9 horas do dia 17 de outubro.

Logo em seguida à abertura, iniciou-se a programação de palestras. A primeira ficou a cargo do gerente de Educação para a Indústria do Senai/Fiemg, Ricardo Aloísio, com o tema “Indústria 4.0: desafios, oportunidades e casos de sucesso”.

Ele destacou como a interação dos meios virtual e físico vem impactando as formas de produzir, consumir e de fazer negócios. E lembrou que o entendimento da Indústria 4.0 deve ser encarado pelos empresários como uma “jornada de transformação”, que se dá em cinco passos: otimização de processos; sensorização e conexão por meio da internet das coisas; visibilidade e transparência; capacidade preditiva e flexibilidade e adaptabilidade. “Aliado a isso, é importante que se tenha profissionais qualificados para lidar com as novas tecnologias”, aponta.

Aloysio alertou os empresários dos setores



Há 70 anos da nossa família para a sua



**TUPGUAR**

DESDE 1948



Polvilhos 100% naturais e secos ao sol, com elevado grau de pureza e potencial de expansão. Mais sabor e rendimento para suas receitas!

Visite-nos na Superminas 2018, nosso stand está localizado na Rua 7, entre as Avenidas A e B.

Vendas: (35) 3653-1222



/tupguar



supermercadista e da panificação que a Indústria 4.0 não é um modismo e que veio para ficar. Segundo ele, o conceito pode trazer potencialmente vários ganhos para os negócios entre 10% e 20%, como redução do consumo de energia, um dos principais gastos do setor panificador, além de redução de até 40% dos custos de manutenção e aumento de eficiência de trabalho entre 10% e 25%.

### COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO

O Seminário Abip-Propan teve ainda mais duas apresentações: as palestras do presidente do Instituto Tecnológico da Alimentação, Panificação e Confeitaria (ITPC), Márcio Rodrigues, e da engenheira de alimentos e instrutora em segurança de

alimentos e análises químicas, Cláudia Márcia de Oliveira.

Márcio Rodrigues apresentou a palestra “Estratégias de Competitividade: Panificação dentro do Varejo Alimentar”, às 9 horas do dia 18 de outubro, segundo dia do seminário e último da Superminas. Na palestra, ele falou das inovações, do crescimento e das tendências da panificação no Brasil e no exterior, mostrando como o setor pode crescer e agregar valor à loja, com produtos diferenciados e mais serviços. Rodrigues mostrou ainda como alguns serviços e formatos de varejo alimentício vêm transformando também a valorização das seções da loja. “A padaria hoje é a ‘menina dos olhos’ do modelo de proximidade”, disse.



Já Cláudia Márcia Oliveira falou sobre o tema “Inovar com freezer e balança! Congelamento, pré-pesagem e fermentação longa para qualquer panificador”. Ela mostrou como as técnicas de congelamento, pré-pesagem e fermentação longa podem ser aplicadas em todas as empresas e como são importantes para trazer maior produtividade e reduzir perdas. “Entre os objetivos da pré-pesagem estão agilidade na produção, padronização da receita e redução de desperdício”, exemplifica.

# O MELHOR DE COMPLETAR

É SABER QUE ESTAMOS PREPARADOS PARA MAIS 20.



Julio Rocha 2018

A WR Embalagens vem ao longo de seus 20 anos adquirindo experiência e abrindo mercados. Hoje é considerada uma das empresas mais conceituadas na área de embalagens. Nossos diferenciais são atestados pelo mercado e reconhecidos pelos nossos, clientes, parceiros e fornecedores. Não existe fórmula pronta, só construímos confiança com: transparência, ética, responsabilidade, respeito aos clientes e as pessoas.



EMBALAGENS / DESCARTÁVEIS / HIGIENE & LIMPEZA / MÁQUINAS

**WR** 20 ANOS  
embalagens  
Soluções completas para embalar

 /wrembalagensbq

 /wrembalagens

 www.wr.ind.br



## Lideranças da AMIS e da Abras se reúnem em almoço de trabalho

Abaixo, na foto a esquerda, o presidente da AMIS, Alexandre Poni, faz pronunciamento, assim como o recém-eleito deputado federal, Hercílio Diniz, sócio-proprietário da rede Coelho Diniz, sediada em Governador Valadares

A programação institucional da Superminas 2018 teve com um de seus destaques o *Almoço de Lideranças*, realizado no primeiro dia do megaevento. O encontro incluiu extensa pauta de trabalho com temas que envolvem ações e atividades da AMIS e também da Associação Brasileira de Supermercados (Abras). A Abras esteve representada por seu vice-presidente Antônio Tadeu Peron, que é presidente da Associação dos Supermercados de Brasília (Asbra), pelo superin-

tendente Márcio Milan e pelo diretor de Relações Institucionais, Alexandre Seabra.

Exatamente 34 vice-presidentes regionais da AMIS, vindos do interior de Minas, estiveram presentes, assim como membros do Conselho Diretor – o presidente da AMIS, Alexandre Poni; o presidente do Conselho Superior, Rono Neves; e o vice-presidente da Capital, Gilson de Deus Lopes, por exemplo. O almoço teve o patrocínio da Coca-Cola e da Neogrid.



# 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](http://www.trigoartecia.com.br)

**Trigo  
Arte & Cia**





UMA LOJA COM  
QUALIDADE  
AMAPÁ

LINHA COMPLETA DE GÔNDOLAS, ACESSÓRIOS,  
CARRINHOS, PORTA PALLETS, MINI PORTA PALLETS.

Temos o produto ideal para atender sua  
necessidade, seja um pequeno ou um  
grande estabelecimento!

**MONTE SUA LOJA CONOSCO!**



**Amapá**

Instalações e Armazenagem

## Visitas técnicas no Supermercados BH e na Hangar dos Pães

A programação da Superminas 2018 foi aberta no dia 16 de outubro com a visita técnica ao escritório central e CD, assim como a uma das lojas da rede Supermercados BH, em Contagem, e à padaria Hangar dos Pães, em Belo Horizonte. Supermercadistas e panificadores participaram das visitas.

A rede Supermercados BH é hoje a sétima maior do País em faturamento e a número um em

número de lojas do Brasil – tem cerca de 200 unidades – entre as de capital 100% nacional.

A padaria Hangar dos Pães se destaca por vários diferenciais de atendimento e amplo *mix*. Os participantes se encontraram no Expominas e de lá partiram em ônibus especial os locais das visitas, que tiveram como objetivo mostrar o funcionamento, metodologia e gestão do Supermercados BH e da referência em padaria e *rotisserie* da Hangar dos Pães.





# FARNESE

Momento mais Cremoso



A feira SUPERMINAS foi um sucesso absoluto!



A equipe Farnese agradece a todos pela visita!

Não visitou nosso stand?

Acesse nossas redes sociais e conheça nossos produtos!

**FARNESE VAI SURPREENDER VOCÊ!**

## Circuito Mineiro de Compras Sociais aproxima o pequeno fornecedor de supermercados e padarias

Para eles, produzir não é a parte mais difícil. O acesso ao mercado é que representa o principal desafio. Por isso, o *Circuito Mineiro de Compras Sociais* (CMCS) é tão importante para pequenos empreendedores. O projeto, já no terceiro ano consecutivo na Superminas, é uma parceria da Associação Mineira de Supermercados (AMIS) e Sindicato e Associação Mineira da Indústria de Panificação (AMIPÃO) com o governo mineiro, por meio da Secretaria de Estado Extraordinária de Desenvolvimento Integrado e Fóruns Regionais (Seedif).

O objetivo é exatamente facilitar o acesso de pequenos empreendedores ao mercado, especialmente supermercadista e panificador. O CMCS deste ano abriu espaço para 40 expositores na Superminas 2018, que foram selecionados e preparados para aproveitar melhor o evento. E a Superminas representa essa oportunidade para que eles possam estabelecer relacionamento e fazer negócios com o varejo o que seria uma tarefa bem mais difícil sem o evento. “Na maioria das vezes a gente é que vai até os compradores; aqui, são os compradores que vêm até a gente. Então, isso é um ponto muito importante, o de ter essa oportunidade de receber os compradores e mostrar o

nosso produto”, disse o proprietário da *Cadiquim Biscoitos Caseiros*, de Desterro do Melo, no Campo das Vertentes, Robson Gomes.

### SEM COMPARAÇÃO

Para ele, a participação no CMCS é “sem comparação” para o pequeno empresário, por ser um momento de fazer parcerias e conseguir contatos, o que, afirma, é o principal interesse no evento. “O momento aqui é de conhecer os supermercadistas, e as portas que vão se abrindo para a gente. Tem me aberto muitas portas, o que eu não conseguiria individualmente”, disse.

Camila Esteves é diretora da *Temperos Prático*, de Barbacena, e já está presente em algumas redes, como a Mart Minas, mas ela acredita num crescimento rápido a partir dos contatos feitos durante a Superminas. Ela prevê que no próximo ano já conseguirá contratar um estande de forma independente, fora do CMCS, para desenvolver um trabalho diferente no espaço.

“Aqui, estamos dando um pontapé inicial, e já obtendo resultados. Buscamos sempre um resultado melhor e espero que essa feira me renda bons frutos”, projeta. “Eu tenho um produto de

O CMCS levou 40 pequenos fornecedores para exporem seus produtos na Superminas 2018



# O GOSTINHO DO NORDESTE NA SUA GÔNDOLA.



FEITO COM:  
TAPIOCA  
COCO  
RAPADURA



NOVA  
EMBALAGEM  
MESMO PRODUTO

DISPONÍVEL TAMBÉM  
NAS VERSÕES:  
DISPLAY 30G E POTE 290G



77 **3424-8000**

comercial@tiasonia.com.br

f @ / www.tiasonia.com.br



qualidade, que muita gente não conhece, e a feira é essa oportunidade de mostrar ao mercado que o meu produto é bom e que vai vender”.

### OPORTUNIDADE

Para Francini Oliveira, diretora dos *Produtos Via Roça*, como defumados e linguiças artesanais, o *Circuito Mineiro de Compras Sociais* é uma oportunidade para o agricultor familiar mostrar a qualidade de seus produtos e oferecer ao mercado a possibilidade de comercialização de itens artesanais diferenciados.

Ela veio de Carmo do Rio Claro, no Sul de Minas, compondo um grupo de quatro agricultores familiares e acredita que levará bons frutos do evento. “Acho que essa é uma boa iniciativa de ceder esse espaço aos agricultores familiares para que possam expor seus produtos. Conseguimos fazer bons contatos na feira, então é uma aposta para o futuro”.

### EMPODERAMENTO

Entre os participantes do *Circuito Mineiro de Compras Sociais* estava também a fundadora

dos produtos *Pão da Mata*, Ira Araújo, que produz a linha funcional de pães, bolos e biscoitos em Divinópolis. Além da produção, ela trouxe muito mais para mostrar no evento. Ira é uma das 30 finalistas de 3 mil inscritas no “Programa Mulher Empreendedora”, do banco Itaú. Dessas 30, cinco serão selecionadas para receber uma consultoria da Fundação Getulio Vargas (FGV), de São Paulo, por toda a vida.

Essas mulheres estão recebendo treinamento *on-line* e presencialmente da FGV para desenvolver um plano de crescimento do empreendimento com base na metodologia ofertada pela Fundação. Aqueles planos que apresentarem mais pertinência com o proposto serão os selecionados. A apresentação dos trabalhos ocorre neste mês de novembro e os resultados serão anunciados em fevereiro de 2019.

Sobre o CMCS, Ira, que já participou do projeto no Sevar por dois anos em Divinópolis, disse que essa é uma grande oportunidade de fazer contatos com os supermercados. “É o momento de estar em meio aos grandes compradores”, afirma.



A presença de empreendedoras foi um dos destaques do CMCS nesta edição da Superminas





## O NOSSO TRABALHO REFLETE EM NOSSAS CONQUISTAS!

Agradecemos a todos que visitaram o nosso estande  
**na SUPERMINAS 2018.**

Servimos os melhores produtos, proporcionando sabores únicos e indescritíveis para os mais de 100 mil visitantes de todo o Brasil. Esperamos por você em nosso espaço no próximo ano!



Entre em contato e conheça nosso mix!

(33) 3516-2623

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

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

## Obah traz parceiros para a Superminas em estande recorde

Considerado o maior estande da Superminas, com 600 metros quadrados, o Espaço Obah Design, organizado pela empresa que cria embalagens, entre outros itens de design para o varejo e a indústria, mostra que foi trilhando seu caminho na Feira aos poucos, pois em sua primeira exposição tinha um stand de apenas 30 metros.

Participando pela quinta vez, o proprietário da empresa de design, Antônio Eduardo Gomes, afirma que participar da Superminas "é um tempo que a gente tira para confraternizar com o cliente e discutir os resultados dos trabalhos. É um relacionamento muito forte, que promove a abertura de portas".

Neste ano, ele convidou 30 parceiros, entre eles clientes e fornecedores, para expor no Espaço Obah. Destes convidados, estava a Degust Minas, empresa de Contagem. A supervisora de vendas, Patrícia Teixeira, ressalta que a ocasião serviu para demonstrar a qualidade do produto e, principalmente, mostrar a nova embalagem de pastéis congelados, desenvolvida pela Obah.

A cervejaria Bruder, de Ipatinga, também lançou na Feira os novos rótulos das bebidas. Segundo o proprietário, Rildo Silva Souza, o lançamento teve como objetivo "se apresentar em um único momento para o mercado".



**Menu Pronto Saudali.  
O sabor que sempre  
surpreende vai  
conquistar você mais  
uma vez.**



O Saudali decidiu usar todo o seu conhecimento no setor alimentício para lançar uma nova linha de produtos: o **Menu Pronto**. São cinco pratos deliciosos, feitos com matéria-prima de qualidade e ingredientes capazes de reproduzir o gostinho de uma deliciosa refeição preparada em casa. É só tirar da embalagem, aquecer e começar a apreciar. Quer conquistar seus consumidores com muita praticidade e sabor? **Leve agora essa novidade para o seu ponto de venda.**



## Pavilhão Minas ganha espaço exclusivo para cervejas artesanais

Outra iniciativa importante da 32ª Superminas foi o *Espaço Cervejas Artesanais*, onde empresas de pequeno, médio e grande porte também puderam apresentar ao público seus produtos. E o que não faltou neste setor da Feira foi variedade de opções, com degustação para todos os gostos.

Rótulos como *Wals*, *Austen Bier*, *Cerveja Loba*, *Laut Beer* e a *Docktor Brau* tiveram a chance de apresentar seus produtos para um público selecionado e gabaritado durante a Superminas 2018. Podemos dizer que era um dos locais mais

frequentados pelos participantes da Feira, pois poucos resistiam à degustação das cervejas.

Entre as participantes, a *Docktor Brau*, que também esteve presente no Sevar de Juiz de Fora por meio do seu representante, Igor Machado, ressaltou o quanto foi importante participar da Superminas. "Nós tivemos um saldo bem positivo tanto na Superminas quanto no Sevar em Juiz de Fora, pois tivemos muitos contatos com donos de supermercados e bares, o que, inclusive, tem trazido resultado nos negócios", afirmou Machado.

A cervejaria Docktor Brau participou de vários Superencontros Varejistas (Sevar) da AMIS no interior de Minas no primeiro semestre e fechou com chave de ouro seu trabalho com muito sucesso na Superminas 2018, na Capital





@temperoslald



lald.com.br

# TEMPEROS



Desde 1982

*O tempero da família Mineira!*



**Tempera com muito sabor  
a comida mineira e ainda  
mais os seus lucros**



Bela Minas Indústria e Comércio Ltda - Cirin (Centro Industrial de Ribeirão das Neves)  
(31) 3624-4186 - belaminasalimentos@gmail.com

## Workshop de tecnologia aponta inovações

A tecnologia chegou de vez no Varejo. Em qualquer aspecto do negócio, sem a interferência da tecnologia na gestão a atividade está fadada ao fracasso. A cada dia as antigas cadernetas e as contas na ponta do lápis ficam para trás. O mundo está em plena revolução industrial e o Varejo talvez seja o segmento onde as inovações se mostrem mais presente aos olhos da sociedade.

Tendo em vista novos desafios e soluções atreladas à tecnologia do Varejo, a Superminas 2018 trouxe em sua grade de programação o workshop *Tecnologia do Varejo*, com importantes nomes do segmento. Entre as referências esta-

vam Victor Salles (Hekima), Nelson do Carmo Junior (Vortice), Lázaro Mariano (Davinti), Pedro Ivo (Dito) e Fernando Bravo (Vip Commerce).

Os palestrantes abordaram temas como inteligência artificial no varejo, automatização de processos, Big Data, fidelização, marketing digital e plataforma *e-commerce*. Especialista *e-commerce* para supermercados, o CEO do Vip Commerce, Fernando Bravo, ressaltou que ainda é um desafio esta tendência no Brasil, pois ainda não faz parte da cultura do País. "No Brasil ainda existe uma resistência para o *e-commerce*, mas aos poucos vai ganhando espaço na vida do consumidor", disse Bravo.



Boas Festas!!

Feliz natal e um próspero ano novo,  
repleto de saúde, paz e muitas realizações!



café  
**GEMADEMINAS**

Quem bebe não esquece jamais!



SAC  
33 3516 1197



f /cafegemademinas

ig /cafegemademinas

www.cafegemademinas.com.br

## A bebida típica de Minas não poderia faltar

Na principal vitrine de supermercados de Minas Gerais, claro que não poderia faltar a bebida tipicamente mineira: a cachaça. No ambiente reservado aos produtores da bebida havia cachaça para todos os paladares, vindas de dez cachaçarias e produzidas em diversas cidades do Estado, como Alvinópolis, Bom Jesus do Amparo e Pitangui.

Pela primeira vez, e a convite da organização do evento, a Cachaça *Rainha da Cana*, produzida em Alto do Rio Doce, veio com a ideia de

expandir suas oportunidades. “Entrar em grandes redes de distribuição e supermercados”, afirmava o expositor Pedro Henrique Vieira.

Também estreado na Superminas, mas já presente em boa parte dos empórios, lojas de bebidas, bares e restaurantes de todo o país, a *Prazer de Minas*, de Esmeraldas, busca atualmente introduzir seu produto nas gôndolas dos supermercados. “A gente veio aqui em busca de bons negócios, atendendo à demanda dos nossos clientes”, apostava a sócia-proprietária, Kika Chaves.



## Produtos orgânicos têm espaço especial

Os produtores orgânicos não poderiam ficar de fora desta grande feira de supermercados. E tiveram um espaço exclusivo: *Espaço Orgânicos*, que contou com o Mel Santa Bárbara, Acqua Pura e o Polvilho Ourense.

Vinda do Rio de Janeiro, a Acqua Pura, que desenvolve higienizador de legumes em forma de pastilhas, esteve pela primeira vez na Feira a fim de oferecer um produto orgânico – que tem certificação do IBD, única certificadora brasileira de produtos orgânicos – e sem enxa-

que para o público mineiro. No Rio, estão presente em todos os mercados. Aqui em Minas, o higienizador já está nas redes Epa, Carrefour e Super Nosso.

“Fizemos excelentes contatos aqui na Feira. Não podíamos estar em momento melhor. O ideal é ser conhecido também no interior. Temos como objetivo consolidar nossa marca no mercado mineiro, visto que a gente está trazendo saúde para a família mineira”, afirma Michelle Barreto, Gerente Comercial nacional.

# O SUCESSO DE SÃO PAULO CHEGOU EM MINAS GERAIS

• MARCA FORTE E COM MUITA LEMBRANÇA

• MATÉRIA-PRIMA SELECIONADA

• QUALIDADE SUPERIOR E PROCESSO ARTESANAL



*Prazer em comer bem*

A Marba é **campeã em sabor e em vendas!** A líder de vendas em mortadela no Estado de São Paulo\* chegou para conquistar o consumidor mineiro.

Solicite um vendedor pelo telefone (11) 4176-7000, peça produtos Marba e deixe seu cardápio delicioso!

\*Fonte: Nielsen - Share Volume de Mortadelas Estado de São Paulo 2017.



## Espaço Máquinas bate recorde de participação

A Superminas 2018 bateu recorde de participação de empresas expositoras especializadas no fornecimento de máquinas e equipamentos para supermercados e padarias. Desde itens para automação, como *self-checkouts* (autocaixas) e fornos de última geração, estavam presentes na Feira, em um espaço especialmente destinado no Pavilhão Gerais para esta categoria de fornecedores, reunindo 40 expositores especializados.

Um desses fornecedores é a Fernetto Sá, empresa de equipamentos de padaria e pasteleria, de origem portuguesa e presente em mais de 50 países, entre eles o Brasil. Esta foi a quinta participa-

ção da Fernetto na Superminas. “Nosso propósito é mostrar nosso portfólio e interagir com os clientes”, conta o sócio-proprietário, Joaquim Cabral.

Ainda no setor de maquinário para panificação, outra empresa presente foi a Supremax, de Sumaré(SP), que vem à Superminas há 15 anos. De lá para cá o Gerente Comercial César Oliveira observou muitas mudanças, como a crescente visita de pessoas de outros estados. “Interessados de Minas e do Rio de Janeiro, principalmente. Do ano passado para cá, houve um aumento de 15% em média de visitantes de fora (do Estado de Minas)”.

Um dos muitos sinais do elevado profissionalismo da Superminas: o recorde de empresas fornecedoras de máquinas e equipamentos





# Rivelli®

Nova linha de produtos com a **qualidade inconfundível** de sempre!



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

 [/rivelliemacao](https://www.facebook.com/rivelliemacao)

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



Rivelli®



Equipe de terapeutas do Sesi desenvolveu atividades de promoção da saúde no estande da Fiemg durante a Superminas 2018

## FIEMG, correalizadora da Superminas 2018

A Federação das Indústrias de Minas Gerais (FIEMG), com o apoio do Serviço Social da Indústria (Sesi) e do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), foi correalizadora da Superminas 2018. Além da correalização, a FIEMG desenvolveu atividades durante o megaevento. Por exemplo, abriu espaço para os sindicatos da indústria participarem. Assim o Sindbebidas, o Sindsorvete, o Sindicafé-MG, o Siamig e o Sinduscarne aproveitaram o momento para promover diversas ações de suas empresas associadas.

A Adorar Alimentos, por exemplo, fez na Superminas o lançamento da nova identidade visual da marca. “Nesses 20 anos, nós não éramos muito conhecidos do consumidor final. A gente

ficou surpreso, porque nós conseguimos prospectar bem”, salienta Pierre Santos, Diretor Comercial da marca.

Outra atividade que atraiu muito o interesse do público no estande da FIEMG na Superminas 2018 foi a promoção da saúde por meio do “Circuito Saúde do Sesi”, que ofereceu aos visitantes da Feira um ambiente com ações terapêuticas e educativas. Dez profissionais de educação física, nutrição, fonoaudiologia, enfermagem e massoterapia realizaram medições de antropometria e pressão arterial, orientações e massagem. “É um espaço de conscientização e também de relaxamento”, diz o professor de Educação Física e promotor da saúde, Wellerson Narde.

**LANÇAMENTO**

**PALMITO**

tipo **ESPAGUETE**

**Tío Paco**

**Tío Paco**

**PALMITO  
ESPAGUETE**

feito de pupunha em conserva

550g 300g

- ✓ SAUDÁVEL
- ✓ RICO EM FIBRAS
- ✓ 100% MACIO

- ✓ PRÁTICO PARA O CONSUMIDOR
- ✓ BENEFÍCIO ADICIONAL PARA A CATEGORIA

## Projeto Comprador Internacional é realizado na Superminas 2018

Por meio de parceria entre a Confederação Nacional da Indústria (CNI), Rede Cin, Apex Brasil, Amipão e AMIS, a FIEMG realizou o projeto “Comprador Internacional Superminas 2018”. O Projeto trouxe para a Superminas compradores internacionais de oito países – Bolívia, Espanha, Uruguai, República Dominicana, Guatemala, Argentina e Peru, especializados em alimentos e bebidas.

Além de visitarem os estandes dos expositores da Superminas, os compradores participaram de duas sessões de rodada de negócios. Nelas, 26 empresas se fizeram presente e iniciaram entendimentos que devem gerar negócios esti-

mados em US\$ 3,1 milhões nos próximos meses. Ao todo, foram realizadas 112 reuniões durante as duas sessões.

Segundo a compradora Giuliana Luyo, que veio da Espanha, “o evento foi melhor que o esperado. Gostaria de ter vindo nos anos anteriores. Virei nos próximos”. O comprador Ramiro Medina, da Bolívia, também mostrou entusiasmo com a experiência: “Foi muito bom participar dos encontros. Conseguimos encontrar praticamente tudo o que estávamos buscando, com produtos diferenciados que reforçam nossa competitividade no mercado boliviano”.



A Superminas 2018 recebeu uma delegação de compradores de oito diferentes países



*Mais um ano  
de sucesso!*

# **PER'FA** *alimentos*

*Agradecemos a todos que nos visitaram na  
SUPERMINAS/2018*

*Sua melhor escolha para hortifrutigranjeiros*

*Ceasa/Contagem*



Alunos e instrutor posam para foto coletiva logo após uma das aulas-show oferecidas pelo Senai durante a Superminas



## Senai traz aulas-show para a Superminas

Durante os três dias da Superminas 2018, supermercadistas e panificadores puderam participar de aulas-shows promovidas por especialistas de renome trazidos pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai). Um deles, de fama internacional, o belga Lionel Verstraellen ministrou a aula-show sobre confeitaria contemporânea.

Além do belga, os instrutores Fernando Beber e Nilson Fonseca ministraram as aulas-show “Origem da panificação: pães de fermentação natural” e “Abastecimento e

ampliação de *mix* com uso de massas bases”, respectivamente.

De acordo com a supervisora técnica do Senai, Liliane Ribeiro, após a realização dessas aulas na Superminas, cresce muito a procura por cursos profissionalizantes no Senai. A instrutora de panificação, Poliana Francis Guedes, explica que na aula-show os alunos têm a oportunidade de, literalmente, colocar a mão na massa. “A grande maioria dos alunos que a gente tem aqui normalmente volta para o Senai à procura de cursos de qualificação e aperfeiçoamento”, destaca.



# Sabor inesquecível. Qualidade de verdade.



(31) 3533-5428

comercial@premierealimentos.com.br

Av. Minas Gerais, 1319 - 1º Subsolo - Nossa Senhora de Lourdes - Ibiritê/MG

**Premiere**  
ALIMENTOS

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

## Apoiador master, Sebrae Minas promove conhecimento e negócios na Superminas 2018

Pensar na empresa de forma estratégica, revertendo este planejamento em vantagem competitiva e lucro, foi o que motivou o supermercadista Dalson Gomes Magalhães, de Itaúna, a participar do workshop “Prototipo: execução e estratégia para micro e pequena empresa”. Ele conta que soube da oficina por acaso, mas logo no início já se interessou pela proposta. “A gente lida com desenvolvimento de projetos e equipes no dia a dia. Então, a ideia é vir aqui para aprender e agregar esse conhecimento para o meu negócio”, garante.

As atividades desenvolvidas na Oficina, que contou com dois grupos de 30 pessoas durante dois dias, estavam relacionadas à gestão da empresa e ao pensamento crítico sobre a concorrência e quais questões o empreendedor pode abordar para melhorar sua execução estratégica. De acordo com Wagner Nogueira, analista técnico do Sebrae Minas e responsável por ministrar o

workshop, “a Oficina mostra a importância de fazer uma preparação antecipada e executar um planejamento bem feito”.

O analista explica que, ao final da atividade, o supermercadista já sai pensando em ações imediatas para aplicar em seu negócio, como “eliminar ruídos que não geram valor ao cliente e adicionar outras, sobretudo a geração e adição de empatia ao cliente”.

O workshop relatado acima foi uma das várias ações realizadas para a Superminas 2018 pelo Sebrae Minas, apoiador *master* do megaevento. Na verdade, supermercadistas, panificadores e profissionais do Varejo tiveram ampla oportunidade de acompanhar a extensa programação promovida pelo Sebrae Minas, sempre com foco nas micro e pequenas empresas, com o objetivo de fomentar o conhecimento daqueles que estão buscando de inovar ou aprimorar metodologias para agregar ao negócio.





*Natural é*

*Viver Bem*

*Viver Bem,*

*Sua vida  
mais natural!*

(31) 3075-2102

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

## VÁRIAS AÇÕES

No primeiro dia do evento, 16 de outubro, a entidade promoveu o “Espaço da Micro e Pequena Empresa”, das 9h às 10h45, nos auditórios Esmeralda e Rubi, onde foram ministradas palestras como “Sucessão e Profissionalização em empresas familiares”, com o consultor em finanças e gestão, Rodrigo Barbosa; “A indústria 4.0 e sua interface com a cadeia alimentícia”, apresentada pelo coordenador de projetos de indústria de alimentos e bebidas do Sebrae Minas, Diogo Reis.



O especialista em estratégias de mercado, Jonas Bovolenta, falou sobre o processo de liderança com enfoque empreendedor praticado nas empresas, e o instrutor de empreendedorismo do Sebrae Minas, Wagner Nogueira, abordou as estratégias adequadas para atingir os objetivos empresariais na palestra “Administre seu negócio para ser mais competitivo”.

A programação prosseguiu no dia 17 com as “Oficinas de Gestão”, às 15h, nos auditórios Ouro, Prata e Bronze, que contou com a gestora de sustentabilidade e design de ambiente do Sebrae-MG, Júlia Padovezi Miranda, falando sobre os perfis de consumo ligados aos conceitos sustentáveis e tendências dos consumidores. Jonas Bovolenta retornou para abordar sobre planejamento no ponto de venda e Wagner Nogueira para ensinar como “prototipar” uma visão de futuro para o negócio.

Já no último dia do evento, às 15h, nos mesmos auditorios, as “Oficinas de Gestão” retomaram as atividades com Jonas Bovolenta, que falou sobre técnicas e formas de atendimento ao cliente. Wagner Nogueira apresentou o tema “Prototipe - Execução e Estratégia para Micro e Pequena Empresa” e Júlia Padovezi abordou sobre ambientação de espaços para formas mais eficazes de gestão.

## ORIGEM DE MINAS

Parceiro de sempre dos empreendedores, o Sebrae Minas também esteve presente na Superminas 2018 com o espaço *Origem de Minas*, no qual cinco produtores do estado se revezaram em turnos para expor seu produto, criando oportunidades de negócio. O mestre de torra, Saimithon Souza, da Arábica Best Coffee, de Serra do Salitre, foi um deles. Ele conta que desenvolveu o projeto na graduação de economia. “A gente não vende uma marca, a gente vende uma ideia. A ideia é de as pessoas aprenderem a saborear um café, a diferenciar”, ressalta. Para o mestre, a iniciativa do Sebrae de criar o *Origem de Minas* exerce um papel fundamental, pois abre espaço para os micro e pequenos empresários conversarem com empresários de diferentes portes.



**SABOR e QUALIDADE**  
que o consumidor  
comprova e confia!



Entre em contato  
e garanta já em sua loja!

Central de Relacionamento Panco  
0800-779-3000  
crp@panco.com.br



## Espaço de Tecnologia traz inovação para o Varejo durante a Superminas

O *Pavilhão Minas* é bastante conhecido pelas empresas que fornecem serviços na área da tecnologia do Varejo para os segmentos de supermercados e de panificação. O Espaço cresce ano a ano e ganhou mais força ainda nesta 32ª edição da Superminas.

Empresas que oferecem software de gestão de supermercados e padarias estavam ali apresentando as novidades para o segmento, que iam desde um sistema de gestão completo até o *e-commerce* e a criação de aplicativos para o Varejo. Lá estavam grandes empresas conceituadas no mercado, como a Alertrack, Alterdata Software, Arqbox Tecnologia, Avanço Informática, Linear Sistemas e RGIS.

Uma das novidades foi a presença da empresa capixaba Panfleto Online, que oferece ao Varejo um sistema para facilitar a divulgação de

produtos e comunicação eficiente com o cliente por meio de ferramentas digitais. O espaço teve a presença também de empresas do segmento de energia fotovoltaica, como a Órigo Energia e a Solarvolt Energia, oferecendo mais uma alternativa para supermercadistas e panificadores economizarem no fim do mês na conta de energia.



# AMAZZONE

fruit

## O melhor açaí do mundo.

*Surpreenda-se! O melhor mix de produtos do mercado.  
Super cremosidade com uma qualidade incomparável.*



Lançamento: Albaran, nossa marca de combate com as melhores condições de preço do mercado para compras acima de 2.000 kg.

SAC (31) 3288-1238 [administrativo@logicelogistica.com.br](mailto:administrativo@logicelogistica.com.br)

## Faemg e Senar aproximam produtores rurais e o varejo

A Federação da Agricultura do Estado de Minas Gerais (Faemg) trouxe para a Superminas 2018 seu estande institucional e o *Empório Senar Minas*, que teve como expositores pequenos produtores de iguarias mineiras como queijos, doces, geleias, licores, cachaças e molhos, entre outros. Todos esses

produtores, ex-alunos do Serviço de Aprendizagem Rural (Senar) tiveram a infraestrutura e a assistência necessárias para levar seu produto à Feira.

A pequena agroindústria Sabarabuçu, de Sabará (MG), trouxe para a Feira delícias que têm como ingrediente principal a jabuticaba. “Este evento é muito importante porque nele a gente tem a oportunidade de entrar no mercado, de conhecer os empresários do ramo de supermercados, panificadoras e empórios”, destaca Meire Ribeiro, que está nessa parceria com a instituição pela segunda vez.

A iniciativa do Senar de levar nove produtores para a Superminas oportunizou a eles vislumbrarem um horizonte de crescimento. “É através dele que empresas como a nossa conseguem trazer os nossos produtos a grandes eventos como este”, ressalta Thiago Drummond, da *Doces Sertanejos e Defumados Pica-Pau*, da cidade de Curvelo (MG).



## Vinhos e queijos têm espaço exclusivo

Os empresários que trabalham com a venda de vinhos e queijo tiveram neste ano um novo espaço exclusivamente dedicado à bebida dentro da edição 32ª da Superminas. Localizado no Pavilhão Gerais, o Espaço Vinhos e Queijos apresentou as principais tendências e lançamentos desse mercado.

Entre os expositores de vinhos estavam a importadora e exportadora de vinhos Conceito Português, com diversos rótulos interessantes de grandes e pequenos produtores portugueses. A Vinícola Nova Aliança, do Rio Grande do Sul, que também marcou presença, e por meio do seu gerente comercial, do Rio Grande do Sul, Fernando Matana, ressaltou a experiência positiva da empresa durante a Superminas com a realização de negócios.

“Estamos aqui fazendo o relançamento da nova garrafa do vinho Colina e a feira para nós foi muito bacana, tivemos muitos negócios fechados, um público mais objetivo, que de fato vieram para fazer negócios e devemos fechar em 30% a mais em negócios em comparação com o ano passado”, disse Matana.



# A FORÇA DO VAREJO

presente na Feira SuperMinas.

Pela **3ª vez consecutiva**, o Bretas participou da Feira SuperMinas, um dos maiores eventos do setor supermercadista no Brasil, realizando várias rodadas de negociações com fornecedores regionais e nacionais, além de apresentar todas as novidades da nova estrutura comercial de Minas Gerais.

Com **78 lojas** em Minas Gerais e Goiás, o Bretas abastece com qualidade e variedade desde 1955. É a força do varejo presente em **36 cidades**.

Saiba mais em: [www.bretas.com.br](http://www.bretas.com.br)





## Compradora do Mart Minas é a ganhadora do carro da promoção “Negócios e Relacionamentos”

Que a Superminas é o lugar certo para negócios e relacionamentos nós já sabemos. Agora, que o sorteio de um carro zero quilômetro estimula ainda mais a possibilidade disso acontecer em maior número é um fato.

Realizado na quinta-feira, 18, último dia da Feira, o sorteio da promoção “Negócios e Relacionamentos” premiou ganhadores com um automóvel Fiat Mobi e dez máquinas multibebidas Tres.

A ganhadora do carro foi a compradora do Mart Minas, Milce Dea Ramos, que realizou negócios no estande da Tio Paco. Para participar da promoção, ela e os demais ganhadores tiveram que fazer negócios durante a Feira nos estandes participantes da promoção, onde recebia um cupom do vendedor a cada R\$ 1.000,00 em compras. Depois, era só depositar na urna e torcer.

Por volta das 21h30, no estande da promoção, o superintendente da Associação Mineira de Supermercados, Claret Nametala, o presidente do Sindicato da Indústria da Panificação de Minas

Gerais (SIP), José Batista, e o diretor administrativo da Tio Paco, Amistron Costa, conduziram o sorteio, retirando os cupons ganhadores.

Amistron ressalta a satisfação e o comprometimento da Tio Paco, patrocinadora da promoção, além de participar do evento como expositor, poder contribuir para o fomento de negócios durante a Feira. “Além de a ganhadora ter feito negócio com a Tio Paco, nós ressaltamos a satisfação e o comprometimento em poder participar e validar todo o processo da promoção, durante os três dias do evento”.

Além da ganhadora do carro, dez felizardos levaram para casa, cada um, uma máquina multibebidas Tres. São eles: Felipe Pereira Ferreira (Rede Opa), Ricardo Dutra Reis (Super Sô), Wellington Tozi (Supermercado Brilho), Flávia das Graças Sanches (EPA/Mineirão), Pedro Marcelino Araújo (Supermercados BH), Elismar da Silva (RSMV Distribuidora), Vagner Valadares (Poliplac Distribuidora), Pedro Henrique da Silva (Villefort) e Leandro Oliveira Reis (Oliveira Ayala Comercial).

Dirigentes da AMIS e da Amipão e da patrocinadora da premiação, a Tio Paco, prepararam-se para movimentar os milhares de cupons recebidos para o sorteio



# Suas lojas são tecnológicas?

Há mais de duas décadas a Visual Mix oferece soluções com a mais ampla linha de evolução tecnológica para o varejo, sempre visando o aumento da produtividade, redução de custo e a prevenção de perdas.

O MAIOR PARQUE DE SELF CHECKOUT DO BRASIL

APRESENTE O QR CODE AQUI

Visual SELF CHECKOUT

TOQUE NA TELA  
PARA INICIAR

Descubra como a Visual Mix pode oferecer diferenciais competitivos para seus estabelecimentos.

[www.visualmix.com.br](http://www.visualmix.com.br) | 11 4166-5511

**Visual Mix**<sup>®</sup>  
TECNOLOGIA PARA O VAREJO

### **CIRCUITO MINEIRO DE COMPRAS SOCIAIS**

Ateliê Decorart  
[mirian.savioli@hotmail.com](mailto:mirian.savioli@hotmail.com)  
Beerbread Pães Artesanais  
[guilherme@beerbread.com.br](mailto:guilherme@beerbread.com.br)  
Biscoitos Come Come  
[contato@biscoitocomecome.com.br](mailto:contato@biscoitocomecome.com.br)  
Buen Appetit Produtos Alimentícios  
[derneval@vovoclara.com](mailto:derneval@vovoclara.com)  
Cachaça Melicana  
[comercialmelicana@gmail.com](mailto:comercialmelicana@gmail.com)  
Cadiquim Biscoitos Caseiros  
[comercial@cadiquim.com](mailto:comercial@cadiquim.com)  
Café Catita  
[josewilson\\_94@hotmail.com](mailto:josewilson_94@hotmail.com)  
Café Conosco  
[cafeconoscobrasil@outlook.com](mailto:cafeconoscobrasil@outlook.com)  
Café da Gruta da Liberdade  
[arnaldofilho2004@hotmail.com](mailto:arnaldofilho2004@hotmail.com)  
Café Rancho São Gabriel  
[gerencial@caferanchosaogabriel.com](mailto:gerencial@caferanchosaogabriel.com)  
Caipirão das Gerais  
[contato@caipirissimo.com.br](mailto:contato@caipirissimo.com.br)  
Capsicum Pimenta Premium em Spray  
[capsicumpimenta@gmail.com](mailto:capsicumpimenta@gmail.com)  
Chef Mineirim  
[contato@chefmineirim.com.br](mailto:contato@chefmineirim.com.br)  
COOPERARVORE  
[cooperarvore@gmail.com](mailto:cooperarvore@gmail.com)  
Deliceria  
[contato@deliceriafabrica.com.br](mailto:contato@deliceriafabrica.com.br)  
Delícias na Brasa  
[eventos@deliciasnabrasa.com.br](mailto:eventos@deliciasnabrasa.com.br)  
Doce da Roça  
[financeiro@doceदारoca.com.br](mailto:financeiro@doceदारoca.com.br)  
Doce de Leite DOM  
[docedeleitedom@gmail.com](mailto:docedeleitedom@gmail.com)  
Especiarias Temperadíssima  
[temperadissima@gmail.com](mailto:temperadissima@gmail.com)  
Fazendas Uvas Vitória  
[uvasvitoria@gmail.com](mailto:uvasvitoria@gmail.com)  
Gola Foods  
[comercial2@golafoods.com](mailto:comercial2@golafoods.com)  
In Villa  
[pcastroaline@gmail.com](mailto:pcastroaline@gmail.com)  
Marmita Fitness  
[nathalia@marmitafitness.com](mailto:nathalia@marmitafitness.com)  
Massas Caseiras La Sila  
[lasila@terra.com.br](mailto:lasila@terra.com.br)  
Na Palma Suplementos Naturais  
[alimentosnapalma@gmail.com](mailto:alimentosnapalma@gmail.com)  
Norka Cervejas Especiais  
[guilherme@norka.com.br](mailto:guilherme@norka.com.br)  
Pão da Mata Confeitaria Funcional  
[paodamata@gmail.com](mailto:paodamata@gmail.com)

Rapadura Caiana  
[guilhermeconde@gmail.com](mailto:guilhermeconde@gmail.com)  
Rapadura Fortaleza  
Email: [franemater@minasturbo.com.br](mailto:franemater@minasturbo.com.br)  
Sabor da Montanha  
[sabordamontanhataboca@hotmail.com](mailto:sabordamontanhataboca@hotmail.com)  
Sabor das Vertentes  
[walysonamd@hotmail.com](mailto:walysonamd@hotmail.com)  
Temperos Prático  
[sac@temperospratico.com.br](mailto:sac@temperospratico.com.br)  
Via Roça  
[franemater@minasturbo.com.br](mailto:franemater@minasturbo.com.br)  
Vólia Quitutes Caseiros  
[vovoliaquitutes@gmail.com](mailto:vovoliaquitutes@gmail.com)  
Xicara da Silva  
[karolinejorge@hotmail.com](mailto:karolinejorge@hotmail.com)

### **ESPAÇO CACHAÇA**

AGUARDAENTE GUARACIABA  
Categoria: Bebidas  
[www.cachacaguaraciaba.com.br](http://www.cachacaguaraciaba.com.br)  
CACHAÇA COLOMBINA  
Categoria: Bebidas  
[www.cachacacolombina.com.br](http://www.cachacacolombina.com.br)  
CACHAÇA CORONEL  
Categoria: Bebidas  
[www.cachacasdocoronel.com.br](http://www.cachacasdocoronel.com.br)  
CACHAÇA FRAZÃO  
Categoria: Bebidas  
[www.cachacafraza.com.br](http://www.cachacafraza.com.br)  
CACHAÇA MATUTA (RB DISTRIBUIÇÃO)  
Categoria: Bebidas  
CACHAÇA PASSABEM  
Categoria: Bebidas  
Localização: Rua 1 entre Avenidas C e D  
CACHAÇA SAGRADA  
Categoria: Bebidas  
[www.cachacasagrada.com.br/](http://www.cachacasagrada.com.br/)  
NOVO ENGENHO  
Categoria: Bebidas  
PRAZER DE MINAS  
Categoria: Bebidas  
[www.cachacaprazerdeminas.com.br](http://www.cachacaprazerdeminas.com.br)  
RAINHA DA CANA (ENGARRAFADORA OLICAR)  
Categoria: Bebidas  
<https://cachacarainhadacana.com.br>

### **VINHOS PORTUGUESES**

Categoria: Bebidas  
[www.conceitoportugues.pt](http://www.conceitoportugues.pt)

### **ESPAÇO MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS**

AGT MÁQUINAS  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.agtmaquinas.com.br](http://www.agtmaquinas.com.br)

### **AMIPÃO**

Categoria: Máquinas e equipamentos  
[www.portalamipao.com.br](http://www.portalamipao.com.br)  
BRALYX  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.bralyx.com](http://www.bralyx.com)  
BRASFORNO  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.brasforno.com.br](http://www.brasforno.com.br)  
CLIMA BRISA BH  
Categoria: Máquinas e equipamentos  
[www.climabrisa.com.br](http://www.climabrisa.com.br)  
ELETROFRIO  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.eletrofrio.com.br](http://www.eletrofrio.com.br)  
FAST ARIAM  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.ariamequipamentos.com.br](http://www.ariamequipamentos.com.br)  
FERNETO BRASIL  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.ferneto.com](http://www.ferneto.com)  
FRICON  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.fricom.com.br](http://www.fricom.com.br)  
FRIOMINAS  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.friominas.com.br](http://www.friominas.com.br)  
GABI EQUIPAMENTOS  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.gabiequipamentos.com.br](http://www.gabiequipamentos.com.br)  
IPC BRASIL (SOTECO BRASIL)  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.ipcbrasil.com.br](http://www.ipcbrasil.com.br)  
JG MÁQUINAS  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.jgmaquinas.com.br](http://www.jgmaquinas.com.br)  
JUNGHEINRICH LIFT TRUCK COMERCIO DE EMPILHADEIRAS LTDA  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.jungheinrich.com.br](http://www.jungheinrich.com.br)  
KARCHER CENTER ALTEX  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.karcher.com.br](http://www.karcher.com.br)  
MASTER ECO  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.master.eco.br](http://www.master.eco.br)  
MAXFREEZER  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.maxfreezer.com.br](http://www.maxfreezer.com.br)  
[www.acesoriospanificacao.com.br](http://www.acesoriospanificacao.com.br)  
[www.shoppingdopadeiro.com.br](http://www.shoppingdopadeiro.com.br)  
METALURGICA AMAPÁ  
Categoria: Máquinas e Equipamentos  
[www.amapa.ind.br](http://www.amapa.ind.br)

# ESTÁ NA HORA DA SUA EMPRESA TER RESULTADOS AINDA MELHORES!



www.redeminipreco.com.br



## E nós podemos fazer isso por você!

Olá, somos a **Rede Minipreço!**  
Reunimos um **grupo de supermercadistas independentes** que, assim como você, buscam **criar diferenciais** para competir de forma equilibrada com os grandes varejistas. As nossas ações não se limitam à negociação de suas compras, mas também ao **desenvolvimento de ações estratégicas** em conjunto que beneficiam a todas as nossas mais de 100 lojas.

## Suprenda-se com o nosso carrinho cheio de BENEFÍCIOS e VANTAGENS!

### Sistema de Compras

- Sistema próprio
- Informações estratégicas

### Central de Negócios

- Preços diferenciados
- Acompanhamento logístico
- Taxa de captura de cartão de crédito

### Fidelização de Clientes

- Cartão fidelidade
- App de promoções para celular
- Premiações

### Campanhas de Marketing

- Campanhas sazonais
- Encartes quinzenais personalizados

## JUNTE-SE A NÓS!

Venha fazer parte de um time sólido e estruturado, que conta com *expertise* de negócio no setor e experiência de 15 anos de mercado!

(31) 3891-6154 | (31) 98979-6119 | comercial@redeminipreco.com.br

www.redeminipreco.com.br | redeminiprecobr



**MINAS CAR**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.minascarrinhos.com.br](http://www.minascarrinhos.com.br)**MOBILITY SISTEMAS**

Categoria: Máquinas e equipamentos

[www.mobilitysolucoes.com.br](http://www.mobilitysolucoes.com.br)**NAVE 5**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.nave5.com.br](http://www.nave5.com.br)**NSF INSTALAÇÕES COMERCIAIS**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.nsf.ind.br](http://www.nsf.ind.br)**PALETRANS**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.paletrans.com.br](http://www.paletrans.com.br)**PENATEC**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.penatec.com.br](http://www.penatec.com.br)**POLO CLIMA**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.poloclima.com.br](http://www.poloclima.com.br)**PRÁTICA FORNOS**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.praticabr.com](http://www.praticabr.com)**RAMALHOS BRASIL (LE PLUS FEIRAS E EVENTOS)**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.ramalhos.com.br](http://www.ramalhos.com.br)**REI DOS BEBEDOUROS**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.reidosbebedouros.com.br](http://www.reidosbebedouros.com.br)**ROTOPLAST CLIMATIZADORES**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.rotoplast.com.br](http://www.rotoplast.com.br)**S&I AUTOMAÇÃO COMERCIAL**

Categoria: Máquinas e equipamentos

[www.siautomacao.com.br](http://www.siautomacao.com.br)**SELOVAC**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.selovac.com.br](http://www.selovac.com.br)**SUPREMAX**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

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

Localização: Avenida C entre Ruas 9 e 10

**TRACTORBEL EQUIPAMENTOS**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.tractorbelequipamentos.com.br](http://www.tractorbelequipamentos.com.br)**TRADIMAQ**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.tradimaq.com.br](http://www.tradimaq.com.br)**VISUAL MIX LTDA**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.visualmix.com.br](http://www.visualmix.com.br)**VIVA EQUIPAMENTOS / ECOBRISA**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.ecobrisa.com.br](http://www.ecobrisa.com.br)**ESPAÇO VINHOS E QUEIJOS**

LATICÍNIOS PJ

Categoria: Perecíveis Lácteos

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

VINHOS DEL GRANO

Categoria: Bebidas

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

VINÍCOLA NOVA ALIANÇA

Categoria: Bebidas

[www.novaalianca.coop.br/](http://www.novaalianca.coop.br/)

WINE 2B

Categoria: Bebidas

[www.wine2b.com.br](http://www.wine2b.com.br)**PATROCINADORES****3 CORAÇÕES – Patrocínio Evento**

Feminino

Categoria: Merceria Alto Giro

[www.3coracoes.com.br](http://www.3coracoes.com.br)

ABIMAQ – Apoio

Categoria: Associação

[www.abimaq.org.br](http://www.abimaq.org.br)

ACCERA – Patrocínio Jantar VIP

Categoria: Tecnologia

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

AMBEV – Patrocínio Evento Feminino e

Jantar VIP

Categoria: Bebidas

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

Coca-Cola – Patrocínio Almoço e Reunião

Diretoria AMIS/ ABRAS

Categoria: Bebidas

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

FIEMG - Correalização

Categoria: Órgão Público

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

Forno de Minas – Patrocínio Evento

Feminino

Categoria: Perecíveis, congelados e

resfriados

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

Globo – Apoio Mídia

Categoria: Mídia

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

GS1 – Patrocínio Setorial

Categoria: Tecnologia

[www.gs1br.org](http://www.gs1br.org)

Laticínios Porto Alegre – Patrocínio Evento

Feminino

Categoria: Perecíveis Lácteos

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

Neogrid - Patrocínio Almoço e Reunião

Diretoria AMIS/ ABRAS e Palestra

Categoria: Consultoria

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

Nestle – Patrocínio Diamante

Categoria: Merceria Alto Giro

[www.nestle.com.br](http://www.nestle.com.br)**Órigo Energia**

Categoria: Tecnologia

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

P&amp;G – Patrocínio Sala Vip

Categoria: Higiene e Limpeza

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

PagSeguro – Patrocínio Prata

Categoria: Tecnologia

[www.pagseguro.uol.com.br](http://www.pagseguro.uol.com.br)

SEBRAE – Apoio Master

Categoria: Órgão Público

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

Tio Paco – Patrocínio Prêmio e Negócios

Categoria: Merceria Alto Giro

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

Trigo Arte &amp; Cia

Categoria: Perecíveis

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

A VETERINÁRIA

Categoria: Alimentação Animal

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

ALCA FOODS

Categoria: Alimentos

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

ALIMINAS ALIMENTOS

Categoria: Perecíveis Congelados e

Resfriados

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

ANJOS DA GUARDA

Categoria: Segurança

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

AMO ALIMENTOS

Categoria: Merceria Alto Giro

ARCOR DO BRASIL

Categoria: Merceria Doce

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

ARROZ PRATO FINO

Categoria: Merceria Alto Giro

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

ASA OVOS

Categoria: FLV

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

AURORA ALIMENTOS

Categoria: Perecíveis Congelados e

Resfriados

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

BATATAS CROQUES

Categoria: Perecíveis Congelados e

Resfriados

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

BABY ROGER

Categoria: Higiene Pessoal

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

BORNER

Categoria: Bazar

[tropea@terra.com.br](mailto:tropea@terra.com.br)



Quer aumentar suas vendas  
Nós temos o segredo...

**113322-3666**

Comunicação visual interna



Financie sua fachada em Até 48x

siga-nos   nave5comunicaçãovisual

Rua Victor Ayrosa, 171 - Armênia - CEP: 01107-020 S o Paulo - SP

[www.nave5.com.br](http://www.nave5.com.br) / [nave5@nave5.com.br](mailto:nave5@nave5.com.br)

**BRASSOL**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**BRETAS SUPERMERCADO**

Categoria: Varejo

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

**BRF**

Categoria: Perecíveis Congelados e resfriados

[www.brf-global.com](http://www.brf-global.com)

**BRINK'S**

Categoria: Segurança

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

**BYE BYE LIXO (HF PLÁSTICO)**

Categoria: Bazar

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

**CAFÉ 3 CORAÇÕES**

Categoria: mercearia Alto Giro

[www.3coracoes.com.br](http://www.3coracoes.com.br)

**CAFÉ DA ROÇA**

Categoria: mercearia Alto Giro

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

**CAFÉ JEQUITINHONHA**

Categoria: mercearia Alto Giro

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

**CAFÉ RANCHEIRO**

Categoria: mercearia

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

**CANDIDÉS**

Categoria: Limpeza

<http://mackerduz.com.br>

**CAPRICHE**

Categoria: mercearia Doce

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

**CERVEJARIA PETRÓPOLIS**

Categoria: Bebidas

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

**CIA CANOINHAS**

Categoria: Descartáveis

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

**CISS SOFTWARE E SERVIÇOS**

Categoria: Tecnologia

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

**CLASSIC NATURE**

Categoria: Limpeza

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

**CLEAR**

Categoria: Papéis

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

**COCA-COLA FEMSA**

Categoria: Bebidas

[www.coca-colafemsa.com](http://www.coca-colafemsa.com)

**COCAL ALIMENTOS**

Categoria: mercearia Alto Giro

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

**CODIL ALIMENTOS**

Categoria: mercearia Alto Giro

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

**COGNIO**

Categoria: Tecnologia

**COMFORT LUX**

Categoria: Iluminação

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

**CRISTINA UNIFORMES**

Categoria: Vestuário

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

**DELIMASSA ALIMENTOS**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**DIA %**

Categoria: Supermercado

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

**DONNA ACESSÓRIOS**

Categoria: Bazar

**DTC**

Categoria: Brinquedos e Doces

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

**DUDUXO ALIMENTOS**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**EMBALANDO LIXO**

Categoria: Bazar

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

**EMPÓRIO VILA OLIVA**

Categoria: mercearia

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

**FALEIRO**

Categoria: Perecíveis Congelados e resfriados

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

**FAMIGLIA ZANLORENZI**

Categoria: Bebidas

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

**FAZENDA SÃO JOSÉ**

Categoria: FLV

**FIEMG**

Categoria: Entidades e Órgãos Públicos

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

**FLAMBOYANT ALIMENTOS**

Categoria: Atacadista

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

**FOBRAS**

Categoria: Bazar

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

**FORNERIA MINEIRA**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

<http://forneriamineira.com>

**FORTEBANCO**

Categoria: Segurança

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

**FRT AUTOMAÇÃO COMERCIAL E BANCARIA**

Categoria: Serviços de Tecnologia

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

**GB ESSÊNCIAS (GEORGES BROEMME)**

Categoria: Higiene e Beleza

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

**GRANOLA TIA SONIA**

Categoria: mercearia Doce

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

**GREEN**

Categoria: Higiene Pessoal

<http://greenimportadora.com.br/>

**GRUBAL BEBIDAS**

Categoria: Bebidas

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

**GRUPO ECOBIER (OUTRA)**

Categoria: Bebidas

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

**GRUPO VIBRA**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**IGARAPÉ**

Categoria: Bebidas

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

**IMPÉRIO DO BALÕES (PH)**

Categoria: Impressão de material

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

**INGÁ**

Categoria: Bebidas

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

**ITALAC**

Categoria: Perecíveis Lácteos

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

**ITAMBÉ**

Categoria: Perecíveis Lácteos

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

**JJ INSTALAÇÕES COMERCIAIS**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

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

**KERUS**

Categoria: mercearia Doce

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

**KODILAR**

Categoria: mercearia Alto Giro

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

**LATICÍNIOS PORTO ALEGRE**

Categoria: Perecíveis Lácteos

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

**LATICÍNIOS SCALA**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**LAQUA BEAGA**

Categoria: Bebidas

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

# clorin Salad

O ÚNICO HIGIENIZADOR DE HORTIFRUTÍCOLAS EM PASTILHAS CHEGOU EM MINAS GERAIS

- ✓ Protege do risco de contaminação alimentar;
- ✓ Prático de usar: 1 pastilha para 2l de água;
- ✓ Totalmente seguro;
- ✓ Selo IBD para uso em orgânicos.

**GARANTA EM SUA LOJA!**

- ✓ Giro garantido;
- ✓ Alto valor agregado;
- ✓ 2 anos de validade;
- ✓ Display próprio para exposição.



O hábito de comer frutas, legumes e verduras é imprescindível para a nossa saúde, mas eles devem estar devidamente limpos e livres de germes e bactérias. Clorin Salad é o higienizador bactericida de hortifrutícolas que não altera o sabor dos alimentos, deixando-os fresquinhos por mais tempo, reduzindo o desperdício e garantindo mais proteção à saúde.

Um produto

acua  
**Pura**

[www.clorinsalad.com.br](http://www.clorinsalad.com.br)  
Tel.: (21) 2201-5855

**LEÃO ALIMENTOS (ML DISTRIBUIDORA)**

Categoria: Alimentos preparados

<http://mldistribuidora.com.br>

**LOG ICE**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**LUMINAE**

Categoria: Tecnologia

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

**MANIKRAFT**

Categoria: Descartáveis

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

**MARBA**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**MARCIO ATACADO LTDA**

Categoria: Bazar

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

**MARIA CHOCOLATE**

Categoria: Mercearia Doce

<https://www.mariachocolate.com.br>

**MARQUESPAN**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**MARTINS**

Categoria: Rede de Supermercados

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

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

**MELITTA**

Categoria: Mercearia Alto Giro

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

**MELLORE ALIMENTOS**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**MM FOODS CONGELADOS**

Categoria: Panificação

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

**MOINHO SUL MINEIRO**

Categoria: Mercearia

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

**MÓVEIS BRUM**

Categoria: Móveis

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

**MZA EMBALAGENS**

Categoria: Embalagens

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

**NEWFRUT**

Categoria: Bebidas

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

**NOVA SAFRA**

Categoria: Mercearia Alto Giro

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

**NUTRIWAY**

Categoria: Alimentos em pó

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

**ORGÂNICO NATURAL (INDÚSTRIAS SUAVETEX)**

Categoria: Higiene Pessoal

<http://suavetex.com.br/pt>

**OTKA EQUIPAMENTOS**

Categoria: Automação Comercial

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

**PACHÁ ALIMENTOS**

Categoria: Mercearia Alto Giro

<https://pachaalimentos.com>

**PAGSEGURO**

Categoria: Tecnologia

[www.pagseguro.uol.com.br](http://www.pagseguro.uol.com.br)

**PANASONIC**

Categoria: Bazar

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

**PANCO**

Categoria: Mercearia

<https://www.panco.com.br>

**PERFA ALIMENTOS**

Categoria: FLV

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

**PIF PAF ALIMENTOS**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**PONTO DE BALA**

Categoria: Mercearia Doce

**PLANETA BEBIDAS**

Categoria: Bebidas

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

**PRAMESA**

Categoria: Conservas

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

**PREMIERE ALIMENTOS**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**PROFORTE / PROTEGE**

Categoria: Segurança

[www.protege.com.br/tag/proforte](http://www.protege.com.br/tag/proforte)

**PROSEGUR**

Categoria: Segurança

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

**REGISPEL**

Categoria: Máquinas e Equipamentos

[www.facebook.com/regispel](http://www.facebook.com/regispel)

**RIVELLI**

Categoria: Perecíveis Congelados e resfriados

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

**RP INFO**

Categoria: Tecnologia

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

**SABONETES FARNESE**

Categoria: Higiene e Beleza

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

**SALDOM**

Categoria: Condimentos

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

**SAM'S (BBC)**

Categoria: Mercearia Doce

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

**SANTA AMÁLIA**

Categoria: Mercearia Alto Giro

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

**SAUDALI**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**SEARA ALIMENTOS / JBS FOODS**

Categoria: Perecíveis Congelados e resfriados

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

**SEBRAE**

Categoria: Entidades e Órgãos Públicos

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

**SEEDIF**

Categoria: Entidades e Órgãos públicos

[www.desenvolvimento.mg.gov.br](http://www.desenvolvimento.mg.gov.br)

**SENAR AR/MG**

Categoria: Entidades e Órgãos Públicos

[www.sistemafaemg.org.br](http://www.sistemafaemg.org.br)

**SENIOR**

Categoria: Tecnologia

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

**SENSAÇÃO DE MINAS**

Categoria: Perecíveis Congelados e resfriados

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

**SEPAC**

Categoria: Higiene e Beleza

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

**START QUÍMICA**

Categoria: Limpeza

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

**STILLUX**

Categoria: Iluminação

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

**SUCOS VIAN**

Categoria: Bebidas

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

**SUINCO**

Categoria: Perecíveis Congelados e Resfriados

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

**TECNOCLEAN**

Categoria: Limpeza

[vendas@tecnocleanmg.com.br](mailto:vendas@tecnocleanmg.com.br)

**TECNOSERVICE**

Categoria: Segurança e Automação

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

# HÁ 30 ANOS, COM TODA SEGURANÇA



## SEGURANÇA

Vigilância Patrimonial  
Escolta Armada

Segurança Pessoal  
Segurança de Eventos

## SERVIÇOS

Higienização  
Zeladoria  
Portaria  
Vigia

Recepção  
Jardinagem  
Manobra  
Serviços Gerais

## ELETRÔNICA

Alarmes e CFTV  
Monitoramento

Rastreamento Veicular  
Portaria Ativa



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

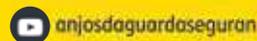
 31 3282.6567

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

**MATRIZ: BELO HORIZONTE - MG**  
Rua Germano Torres, 42, Carmo  
CEP 30.310-040

**BETIM - MG**  
Rua Mamaré, 267, Brasília, CEP 32.600-322  
(31) 3787-3178 | [betim@anjosedaguarda.com.br](mailto:betim@anjosedaguarda.com.br)

**ITAÚNA - MG**  
Av. Manoel da Custódia, 1835, Aeroporto, CEP 35.680-403  
(37) 3241-6626 | [itauna@anjosedaguarda.com.br](mailto:itauna@anjosedaguarda.com.br)



**THERMO PRINT ETIQUETAS**

Categoria: Tecnologia

[www.thermoprintetiquetas.com.br](http://www.thermoprintetiquetas.com.br)**TIA TÂNIA GOURMET**

Categoria: Perecíveis Congelados e

Resfriados

[www.tiataniagourmet.com.br](http://www.tiataniagourmet.com.br)**TIO PACO**

Categoria: Mercearia

[www.sandelehalimentos.com.br](http://www.sandelehalimentos.com.br)**TREVO ALIMENTOS**

Categoria: Perecíveis Lácteos

[www.trevoalimentos.com.br](http://www.trevoalimentos.com.br)**TRIGO ARTE & CIA LTDA**

Categoria: Perecíveis Congelados e

Resfriados

[www.trigoarteecia.com.br](http://www.trigoarteecia.com.br)**TUPGUAR**

Categoria: Alimentos

[www.tupguar.com.br](http://www.tupguar.com.br)**VILMA ALIMENTOS**

Categoria: Mercearia Alto Giro

[www.vilma.com.br](http://www.vilma.com.br)**VIVER BEM**

Categoria: Naturais

[www.viverbem.ind.br](http://www.viverbem.ind.br)**WR EMBALAGENS**

Categoria: Descartáveis

[www.wrembalagens.com.br](http://www.wrembalagens.com.br)**YEVA COSMÉTICOS**

Categoria: Higiene e Beleza

[www.yevacosmetiques.com.br](http://www.yevacosmetiques.com.br)**ZINHO ALIMENTOS**

Categoria: Perecíveis Congelados e

resfriados

[www.zinhoalimentos.com.br](http://www.zinhoalimentos.com.br)**WS PET (WA DISTRIBUIDORA)**

Categoria: Embalagens

[www.wsptdist.com.br](http://www.wsptdist.com.br)**ESPAÇO CERVEJAS ARTESANAIS****AMBEV**

Categoria: Bebidas

[www.ambev.com.br](http://www.ambev.com.br)**AUSTEN BIER**

Categoria: Bebidas

<http://austenbier1.hospedagemdesites.ws>**CERVEJARIA LOBA**

Categoria: Bebidas

[www.cervejarialoba.com.br](http://www.cervejarialoba.com.br)**DOKTOR BRAU**

Categoria: Bebidas

[www.doktorbrau.com.br](http://www.doktorbrau.com.br)**LAUT BEER**

Categoria: Bebidas

[www.facebook.com/lautbeer](https://www.facebook.com/lautbeer)**ESPAÇO ORGÂNICOS,  
FUNCIONAIS E SAUDÁVEIS****CLORIN / ACUA PURA**

Categoria: FLV

[www.acuapura.com.br](http://www.acuapura.com.br)**MEL SANTA BÁRBARA**

Categoria: Produtos naturais e saudáveis

<http://loja.melsantabarbara.com.br>**POLVILHO OURENSE**

Categoria: Mercearia

<https://polvilho-ourense.negocio.site>**ESPAÇO RAÍZES DE MINAS****PRODUTOS MARINA**

Categoria: Limpeza

[www.produtosmarina.com.br](http://www.produtosmarina.com.br)**SABOR CONDIMENTOS**

Categoria: Mercearia Alta Giro

[www.saborcondimentos.com.br](http://www.saborcondimentos.com.br)**ZINCO E ARTE**

Categoria: Máquinas &amp; Equipamentos

[www.zincoarte.com.br](http://www.zincoarte.com.br)**ESPAÇO TECNOLOGIA****ALTERDATA SOFTWARE**

Categoria: Tecnologia

[www.alterdata.com.br](http://www.alterdata.com.br)**ARQBOX TECNOLOGIA**

Categoria: Tecnologia

[www.arqbox.com.br](http://www.arqbox.com.br)**AVANÇO INFORMÁTICA**

Categoria: Tecnologia

[www.avancoinfo.com.br](http://www.avancoinfo.com.br)**BRUNSKER**

Categoria: Tecnologia

[www.brunsker.com.br](http://www.brunsker.com.br)**LINEAR SISTEMAS**

Categoria: Tecnologia

[www.linearsistemas.com.br](http://www.linearsistemas.com.br)**ÓRIGO**

Categoria: Tecnologia

[www.origoenergia.com.br](http://www.origoenergia.com.br)**RGIS**

Categoria: Tecnologia

[www.rgis.com.br](http://www.rgis.com.br)**SOLARVOLT ENERGIA**

Categoria: Tecnologia

[www.solarvoltenergia.com.br](http://www.solarvoltenergia.com.br)**PONTOS ESPECIAIS DE DEGUSTAÇÃO  
NA SUPERMINAS 2018****CAFÉ CAMELLO**

Categoria: Matinais

[www.cafecaramello.com.br](http://www.cafecaramello.com.br)**MOREA ALIMENTOS**

Categoria: Mercearia Alto Giro

[www.moreaalimentos.com](http://www.moreaalimentos.com)**TREVO ALIMENTOS**

Categoria: Perecíveis Lácteos

[www.trevoalimentos.com.br](http://www.trevoalimentos.com.br)**MARIA ANGÚ**

Categoria: Mercearia Doce

[www.mariaangu.com.br](http://www.mariaangu.com.br)**COCA-COLA**

Categoria: Bebidas

[www.cocacola.com.br](http://www.cocacola.com.br)**NESTLÉ**

Categoria: Mercearia Doce

[www.nestle.com.br](http://www.nestle.com.br)**VALE DO SOL**

Categoria: Panificação

[www.paovaledosol.com.br](http://www.paovaledosol.com.br)**CAFÉ GEMA DE MINAS**

Categoria: Mercearia Alto Giro

[www.gemademinas.com.br](http://www.gemademinas.com.br)**PAVILHÃO MINAS****ABIPACK**

Categoria: Máquinas &amp; Equipamentos

[www.abipack.com.br](http://www.abipack.com.br)**ACEOP**

Categoria: Entidades e órgãos públicos

[www.aceop.com.br](http://www.aceop.com.br)**ÁGUA MINERAL AGUAI**

Categoria: Bebidas

[www.aguaminalaguai.com.br](http://www.aguaminalaguai.com.br)**ALERTRACK**

Categoria: Tecnologia

[facebook.com/alertrack.com.br](https://facebook.com/alertrack.com.br)**ALKON**

Categoria: Limpeza

[www.alkon.com.br](http://www.alkon.com.br)**ATILLA TORRADORES**

Categoria: Equipamentos

[www.atilla.com.br](http://www.atilla.com.br)**AROMASIL**

Categoria: Limpeza

[www.aromasil.com.br](http://www.aromasil.com.br)**AUTOMAX FIAT**

Categoria: Indústria automotiva

[www.automaxfiat.com.br](http://www.automaxfiat.com.br)**BALOARTE**

Categoria: Publicidade e Divulgação

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

## GUIA DE EXPOSITORES DA SUPERMINAS 2018

CAUZAR CARTAZES

Categoria: Gráfica e papelaria

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

CONSULTE CORRETORA

Categoria: Serviços

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

CORE-MG

Categoria: Órgão Público

[www.coremg.org.br](http://www.coremg.org.br)

CTX (CITROX)

Categoria: Tecnologia em segurança

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

ENCERASP

Categoria: Máquinas e Equipamentos

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

ERLAN

Categoria: Mercadoria Doce

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

FAZENDA OLHOS DAGUA

Categoria: Funcionais

[www.olhosdagua.farm](http://www.olhosdagua.farm)

FLORIGEN (BOTHANICO HAIR COSMETICOS NATURAIS)

Categoria: Higiene e Beleza

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

GELA

Categoria: Insumos

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

JORNAL O TEMPO

Categoria: Jornal

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

KF MEDICINA DO TRABALHO

Categoria: Prestação de Serviços

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

MARIA HONOS

Categoria: Perecíveis congelados e resfriados

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

MERCADO MINEIRO

Categoria: Serviços de pesquisas

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

MM EMBALAGENS

Categoria: Descartáveis

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

NESTLÉ

Categoria: Mercadoria Doce

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

OBAB DESIGN

Categoria: Prestador de serviço

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

REDE MINI PREÇO

Categoria: Central de Compras

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

SANTOS FILHO SERVIÇOS

Categoria: Consultoria/Serviços

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

TIM RANSLEY ALIMENTOS

Categoria: Produtos Funcionais

TRADIÇÃO BISCOITOS

Categoria: Mercadoria Doce

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

USINA MONTE ALEGRE

Categoria: Mercadoria Alto Giro

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

VALE DO SOL

Categoria: Panificação

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

# Trabalho e realizações QUE TRANSFORMAM A NOSSA EMPRESA

Para nós da Nutriway, foi um prazer receber visitantes de todo o país em nosso estande. A **SUPERMINAS 2018** proporcionou que nossos lançamentos fossem conhecidos e apreciados. Graças ao desempenho de muitos, o Nutril Instantâneo, o Desnatado Nutril, Semi Desnatado Nutril, Doce de Leite Nutril, Açúcar Extra Fino Nutril e os Achocolatados Nutril ganharam um grande destaque na feira, mostrando a força de nossos novos produtos. Obrigado por compartilhar este momento conosco e até o próximo ano!



**ACUA PURA**

## Estreante na Superminas, Acua Pura chega ao mercado mineiro

A empresa carioca Acua Pura estreou como expositora neste ano e as expectativas, que já eram “as maiores possíveis”, foram superadas. De acordo com a Diretora Comercial, Michelle Barreto, portfólio da empresa já é conhecido no Brasil. O principal produto no varejo é o higienizador de FLV, o *Clor-in Salad*. “Estamos presentes em grandes redes de supermercados do Rio de Janeiro, Minas Gerais e São Paulo, e hoje o nosso objetivo é expandir ainda mais a nossa atuação”, afirma. A empresa aproveitou o evento para conscientizar sobre a importância dos seus produtos no dia a dia do consumidor e para fechar negócios, além de apresentar novidades, sendo uma em especial: “o *Milton* é utilizado para a desinfecção de mamadeiras, chupetas e utensílios infantis em pastilhas efervescentes. É um método de esterilização a frio muito utilizado na Europa e nos EUA e oferece diversas vantagens em relação a outros métodos convencionais já usados”, explica.

**START QUÍMICA**

## Start Química reforça divulgação da linha de higiene e tratamento bucal

Presentes nos principais eventos da AMIS, como *Superinter* e *Sevar*, a Start Química é presença certa na Superminas há alguns anos. A expectativa é sempre apresentar novidades aos clientes e, este ano, a indústria já consolidada com produtos de uso doméstico e profissional trouxe a linha de cremes dentais e enxaguantes: *Bianco*. “São produtos de tratamento diferenciados, que reduzem a sensibilidade e ajudam no branqueamento dos dentes. Não é um produto comum. É um produto de uso diário que traz benefícios como a reconstituição do esmalte dentário, que todos nós vamos perdendo naturalmente ao longo da vida”, comenta Marcos Pergher, diretor da Start Química. Além disso, a empresa apresentou novidades nas linhas já conhecidas, como a de limpeza – *Azulim* –, e apresentou a reprogramação visual da sua linha de lava roupas *Tuff*.



## CAFÉ JEQUITINHONHA

# Café Jequitinhonha apresenta sua qualidade

O Café Jequitinhonha está completando 20 anos e comemora junto ao *trade* mineiro. Fundado em Capelinha, no Vale do Jequitinhonha, participa da Superminas primeira vez com o propósito de falar diretamente com o público-alvo, o supermercadista. “Como estamos em expansão, nos propusemos a participar por acreditar que, além de ser um evento extremamente organizado, é de fato uma grande oportunidade de negócio”, aposta o sócio-fundador e diretor da empresa, Luiz Carlos Moreira Barbosa. Segundo ele, o mercado está sempre em constante mudança, e a Superminas é a oportunidade de ver que os compradores estão buscando fornecedores e, mais do que isto, “estão se reinventando para que sejam uma mola propulsora desse mercado inquieto e desafiador, do qual fazemos parte. Vejo como grande oportunidade de negócio e sintetizo da seguinte forma: ser visto para ser lembrado”, relata Barbosa.



## APRECIARE

# Apresiasi consolida ainda mais sua participação

Em sua segunda participação na Superminas, a Apresiasi defende que é possível ter saúde e sabor agregados aos produtos. Apostando em uma “experiência única” para o cliente, a marca levou à Feira lançamentos que chegam ao mercado para agradar o consumidor. São os casos do *Kefir* 900g, com as opções *natural* e *cranberry*, e o *Skyr* 130g, de *amendoim* e *morango com grãos*. “São novos conceitos com grande procura no mercado: o leite fermentado com sementes de *kefir* e o *skyr*, um iogurte com maior concentração de proteína. Eles auxiliam no equilíbrio funcional do corpo”, explica a diretora de Marketing, Clara Ribeiro. O gerente nacional de vendas, Kleber Malta, destaca a relevância da Feira: “A participação na Superminas é fundamental para consolidar nossa relação com os varejistas mineiros. Além disso, temos um ano e meio de vida e duas feiras, e isso é muito importante para nós”.



**BRETAS**

## Bretas tem recorde de atendimento e prevê expansão para a próxima Superminas

O Bretas, do Grupo Cencosud, reforçou na Superminas a imagem de empresa multinacional que atua localmente. “Nós somos o Bretas Minas Gerais, cuidamos do cliente e fornecedor do estado. Nosso propósito é fazer negócios aqui”, ressalta o diretor de Operações em Minas Gerais, Júlio César de Oliveira. “A Feira, como sempre, foi um sucesso e, seguramente, houve um recorde de participação do público nesta edição”. Ainda de acordo com o diretor, embora tenham havido agendamentos de atendimento a fornecedores e clientes durante a Feira, a procura foi intensa no estande, o que gerou uma mobilização “enorme” dos representantes da marca em poder melhorar o atendimento. “Estamos extremamente felizes com a Superminas deste ano e já prospectamos para a próxima edição um estande maior, mais bem localizado, para melhor atender nosso público. Estamos super satisfeitos com os resultados”, finaliza Oliveira.

**SABOR CONDIMENTOS**

## Grupo Sabor apresenta reprogramação visual

O Grupo Sabor é parceiro da Superminas há aproximadamente uma década e a cada edição têm suas expectativas superadas. “Através do evento, o Grupo Sabor Condimentos e a Utilidade Comercial, por meio das linhas de *Condimentos*, *Festa*, *Utilidades* em geral e *Utilipet*, têm a oportunidade de encontrar amigos parceiros do varejo, reforçando esse laço e mostrando os lançamentos em um ambiente acolhedor e descontraído. Este ano foi a apresentação do novo leiaute da Sabor, os condimentos de ‘cara nova’ com a qualidade que nossos clientes já reconhecem”, comenta o Diretor Comercial, Aldo Nunes. Ele reforça que o Grupo Sabor faz ações para promover seus produtos e expandir cada vez mais a praça por intermédio da Superminas, que é essencial para divulgá-los para potenciais clientes.



## WR EMBALAGENS

## WR Embalagens lança a SBJ-200 compacta, que proporciona maior *shelf-life* de perecíveis

A WR Embalagens, empresa mineira especializada em embalagens descartáveis e máquinas para supermercados, teve a quinta participação consecutiva na Superminas e acredita que estar presente é sempre sucesso para a marca. De acordo com Gerente de Marketing, Júlio Rocha, as expectativas de mercado são as melhores possíveis, visto que do ano passado para este ano eles obtiveram evolução. “Nós sempre fazemos questão de lançar produtos exclusivamente na Superminas. Este ano, trouxemos a **SBJ-200**, uma máquina compacta. Ao contrário dos outros equipamentos, que são um pouco mais complexos, robustos e pesados, esse proporciona ao nosso cliente produtos com *shelf-life* muito maior. Um presunto ou um queijo, por exemplo, embalados com nossas bandejas e filme próprio para essa selagem, utilizando esta máquina, pode ter uma durabilidade de até 30 dias e, dependendo do tipo de alimento, até por mais tempo. Então, o nosso cliente terá uma redução da perda. Com isso, economiza e o investimento vai valer muito a pena”, explica Júlio.



## LINEAR SISTEMAS

## Na Linear Sistemas, solução tecnológica para supermercados de pequeno e médio portes

Presente na Superminas há pelo menos 8 anos, a Linear Sistemas entende que estar perto do supermercadista é a sua razão de existência. De acordo com o gerente comercial, Luiz Resende, a Feira evoluiu muito em organização e qualificação do público e é nela que eles trabalham o marketing planejado durante todo o ano. “Nossa novidade do ano é a possibilidade de o pequeno e o médio varejista, que são os menores clientes supermercadistas, terem uma solução de aplicativo para ofertas e descontos específicos para seus clientes no celular”, relata o gerente. É uma plataforma onde o supermercadista poderá criar um clube de promoções da loja e o cliente vai poder acessar de forma totalmente independente. “Trouxemos uma solução que um ano atrás estava na mão dos grandes *players* de mercado, para o pequeno e médio varejo, dando condições desses supermercadistas concorrerem de forma igualitária com os grandes supermercados”, afirma.



## ANJOS DA GUARDA

# Empresa atuou como expositora e prestadora de serviço

A Anjos da Guarda esteve presente na 32ª Superminas como responsável pelo monitoramento das imagens de CFTV nos três dias do evento. Para o diretor da empresa, Afonso Oliveira, o retorno foi bastante interessante, principalmente pela aceitação e procura de informações sobre seus produtos e serviços. “Temos uma agenda de compromissos bastante intensa para as próximas semanas, em decorrência da Superminas”, afirma. Além das soluções em segurança, a Anjos da Guarda apresentou uma novidade: o serviço de *Facilities*, que consiste na higienização de ambientes especiais e limpeza focada nos segmentos industrial, predial e corporativo. “Também apresentamos novidades em relação à tecnologia a favor da segurança, com equipamentos modernos como câmeras de alta definição e controle de acesso realizado de forma remota (Portaria Ativa). Além disso, foram expostas algumas soluções para aumentar a proteção em áreas de *checkout*, tesouraria, produção e recebimento de mercadorias, que são sensíveis para a operação”, completa.



## PORTO ALEGRE

# Laticínios Porto Alegre traz nova marca e plano de comunicação

A Laticínios Porto Alegre participa da Feira na Superminas desde 2010. A parceria foi sendo consolidada ao longo destes anos e novos projetos foram acrescentados aos planos de divulgação. Segundo a Diretora de Marketing, Mariana Diniz, a Porto Alegre aderiu a projetos como Sevar, Superinter, Evento Feminino, Dia Nacional do Supermercado e anúncios na Revista Gôndola. “A expectativa para este ano foi atendida. Com certeza fizemos bons negócios. Além disso, apresentamos lançamentos como queijo prato esférico, o queijo de coalho e o queijo provolone. Nesta edição, a Porto Alegre realizou vendas na ordem de R\$ 11 milhões”, conta. No estande, os visitantes puderam conhecer e degustar toda a linha de produtos, em especial os lançamentos. “Apresentamos aos clientes a nova marca e o plano de comunicação da Porto Alegre. Foi uma excelente oportunidade para mostrar ao *trade* este novo momento da empresa”, conclui.



## SAUDALI

## Saudali se reinventa no mercado de alimentos e apresenta linha de pratos prontos

A Saudali mostrou na Superminas uma nova aposta e sua grande inovação: um diversificado portfólio de pratos prontos. “Estamos aproveitando este evento, que é muito popular e que tem muitos supermercadistas, principalmente do interior, para mostrar a nova linha. Também apresentamos uma linha de defumados e de produtos com embalagens menores para facilitar a vida de pequenas famílias ou de quem mora sozinho”, conta o Diretor Comercial, Adriano Pacheco. Segundo ele, hoje em dia o mercado está muito apertado, principalmente devido a alguns embargos das exportações de carne suína; então, as empresas acabaram tendo que se reinventar. “Fizemos várias modificações para atender o mercado e entramos em uma fase de expansão da nossa indústria, ou seja, estamos pegando o suíno e industrializando cada vez mais, justamente com essa ampliação, para poder trazer produtos diferenciados para o mercado”, completa.



## 3 CORAÇÕES

## Grupo 3 Corações destaca a linha de cafés especiais ‘Rituais’

Entre as novidades anunciadas pelo Grupo durante a 32ª Superminas, o grande destaque foi a nova linha “Rituais” de cafés especiais, inaugurando uma fase da marca que irá convidar o consumidor a conhecer mais sobre o mundo dos cafés especiais. De acordo com o presidente do Grupo 3 Corações, Pedro Lima, a Superminas é um dos eventos mais aguardados do ano para os supermercadistas e um importante canal para apresentar os lançamentos, estreitar relacionamento com parceiros e gerar negócios. “Neste ano, tivemos a satisfação de anunciar nossos cafés especiais, sobretudo a linha ‘Ritual’, que possui importantes certificações e grãos vindos das regiões produtoras mais nobres do Brasil. Como somos uma empresa essencialmente brasileira, queremos valorizar a qualidade e a excelência desses cafés, além dos cuidados tomados em cada etapa da produção, que resultam em bebidas de aroma envolvente e sabor marcante”, afirma Lima.



**REDE MINIPREÇO**

## Rede Minipreço abre portas para troca de experiências com *prospects*

A Rede Minipreço fez do estande a sua casa. A ideia foi tornar o ambiente mais aconchegante para os *prospects* e amigos, onde pudessem ficar à vontade. "Abrimos as portas aos nossos clientes e o evento foi realmente muito interessante. Recebemos muitos elogios e superou nossas expectativas. Já estamos colhendo resultado", comenta o gestor da rede, Elir Martins. Além disso, a visibilidade e a localização favoreceram muito, porque não tinha como passar despercebido. Para o consultor Marcos Rocha, esta edição do evento os colocou em evidência. "Muitos *prospects* da nossa empresa puderam ter acesso facilitado e direto a importantes informações sobre o nosso pacote de serviços oferecidos. Isto fez com que muitos deles nos procurassem imediatamente para conhecer melhor a rede, tirar dúvidas e até mesmo se associar ao Grupo. A Superminas 2018 nos acolheu com maestria e profissionalismo", relata.

**PENATEC**

## Na Penatec, novas tecnologias e equipamentos para economia de energia

Participando da Superminas desde 2008, a Penatec oferece ao mercado nacional e internacional equipamentos para padarias, supermercados, restaurantes e lanchonetes. Na Feira, a empresa aproveitou para mostrar como é possível economizar, aumentar a produtividade e melhorar a competitividade. De acordo com o Diretor Comercial, Rinaldo Camargo, em 2018 a Superminas superou todas as expectativas. "Posso afirmar que foi a melhor feira dos últimos cinco anos. Boa quantidade de visitantes, e mais qualificados", enfatiza. A empresa tem um portfólio de mais de 1 mil itens, que vão de utensílios para pequenos empreendimentos a máquinas para grandes empresas. "Mostramos equipamentos que têm uma economia de energia de até 30%, além da nova tecnologia em comando dos equipamentos. Os visitantes puderam degustar pão de queijo e massas folhadas assados na hora, com uma média de 1.000 unidades produzidas por dia", explica.



**METALÚRGICA AMAPÁ**

## Metalúrgica Amapá apresenta linha de madeirados e porta-pallet de alta qualidade

Com expectativa superada, a Metalúrgica Amapá faz sua nona participação na Superminas com o vigor de quem já tem um relacionamento consolidado com o estado de Minas Gerais. “A gente teve um *feedback* muito positivo dos nossos clientes na Feira. No dia a dia não temos esse contato concreto e no estande eles viram e aprovaram nossos produtos”, conta o Gerente Comercial da Amapá, Gabriel Dias Faria. Entre os principais lançamentos estão a *Linha Gold*, para expor e armazenar com segurança, com destaque para a porta-pallet; também a linha de expositores de madeira, que pode ser utilizada para área de churrasco, adega e hortifruti. “A linha de madeirados vem para complementar e agregar ainda mais valor, principalmente para a área que ajuda na remarcação do ticket médio, de maior valor agregado. A gente viu essa necessidade do mercado, tivemos essa demanda por parte dos nossos clientes e aproveitamos a Feira para já apresentar para eles essa nova opção de gôndolas”, acrescenta Gabriel.

**BABY ROGER**

## Baby Roger vê mercado mineiro com otimismo

Em expansão no mercado nacional, a Baby Roger viu na 32ª Superminas uma grande oportunidade de estreitar relacionamento com o *trade* mineiro. De acordo com o gerente de marketing, Leonardo Filoso, o movimento no estande foi maior do que o esperado e com um público bem qualificado. “Nosso intuito, a princípio, era expor a marca, mas tivemos muitas vendas. Ou seja, foi muito lucrativo. Pudemos encerrar a Feira com o estande pago e com as vendas feitas *in loco*. Foi bem interessante”.

Após uma reformulação das fraldas, a indústria passou a ser a primeira marca nacional de capital fechado, segundo o gerente. “Deixamos de ser fraldas de baixo preço para entrar na disputa com as líderes de mercado. Hoje, segundo os principais institutos de pesquisa, a Baby Roger aparece em quinta colocação nas vendas no Brasil. As demais marcas na nossa frente são todas multinacionais. Então, somos a primeira empresa nacional que figura neste cenário”, analisa.



**ECOBIER**

## Ecobier aposta na Acquissima, 'bebida do futuro', com a nova linha de águas saborizadas, e a cerveja premium Haller

A Socorro Bebidas, conhecida pela marca Ecobier, participa da Superminas pela quinta vez e, com o mesmo entusiasmo de iniciante, apresenta os principais lançamentos e aposta no relacionamento. De acordo com o Gerente Nacional de Vendas da Companhia, Maurício Cruz, esta edição da Feira se destacou pelo planejamento e público mais engajado. "Como sempre, parabenizamos a organização, principalmente pela assertividade na seleção dos convidados, que estavam focados nos negócios e na essência do evento", destaca.

Sobre os lançamentos, nesta edição foram oferecidas muitas novidades, sendo a principal delas a marca de *Cerveja premium "Haller"*, nas versões *Lager* e *Puro Malte*. Outro grande destaque foi a reestilização da linha de águas saborizadas da marca *Acquissima*, que, como o próprio Maurício ressalta, "é a bebida do futuro". "As saborizadas agora estão levemente adoçadas com stevia e terão mais dois novos sabores:

*Limão com Hortelã* e *Uva Verde*", conta. A linha vem conseguindo um bom espaço no mercado nos últimos dois anos, com os sabores *Lichia*, *Maçã Verde* e *Pêra*.

Além disso, a indústria de cervejas lançou as embalagens de latão (473ml), com ênfase para o *Chopp Ecobier*, que agora poderá ser apreciado também nesta embalagem, além do tradicional barril e da garrafa de vidro. "Não podendo deixar de citar, é claro, que a grande vedete do nosso estande foi a *Ecobier Puro Malte*, que hoje representa o produto com maior crescimento dentro do portfólio da Companhia", finaliza.



## CAFÉ GEMA DE MINAS

# Café Gema de Minas estreia na Superminas com sucesso

O Café *Gema de Minas* completa 22 anos de história e está presente em mais de 200 municípios mineiros das regiões Centro-Oeste, Central, Noroeste, Norte e nos vales do Jequitinhonha, Mucuri, Rio Doce e do Aço. Engajados na expansão da marca, a aposta dos empresários na Superminas tem por objetivo trazer visibilidade e abrir portas nas demais regiões mineiras. “Concluímos que temos potencial para estar em todo o estado de Minas, principalmente na Capital. Uma Feira desta importância proporciona uma troca de experiência valiosa, onde nossos potenciais clientes podem perceber o quanto nosso produto é diferenciado e que estamos preparados para atendê-los”, avalia o Diretor Comercial, Ivan Caldeira Filho, que já antecipa a participação em 2019. “Estamos nos preparando para a próxima Feira, quando apresentaremos novidades e inovações. A equipe do Café *Gema de Minas* agradece pela excelente recepção e abre suas portas aos parceiros e amigos”, conclui.



## CODIL

# Codil Alimentos retorna com ótimos negócios

A Codil Alimentos marcou presença na 32ª Superminas desfrutando o máximo da oportunidade de encontrar com o cliente supermercadista. Após pouco mais de uma década sem participar, a indústria mineira decidiu retornar. “A Superminas é muito importante e a empresa reconhece o seu valor. Para isso, preparamos um estande muito bonito e trouxemos uma tabela especial. No nosso convite, dizíamos: ‘venha fazer ótimos negócios’. Portanto, nossa expectativa foi realmente fazer ótimos negócios”, comenta o supervisor de Marketing, Denis Oliveira.

No *mix* de produtos tradicionais expostos no estande estava também o Arroz Codil Plus, que representa um produto de excelência, de alta qualidade e com preço competitivo. “O supermercadista tem a chance de colocar na sua gôndola um produto que vai ser sucesso de venda, por conciliar qualidade, rendimento e por um preço que ele não encontra facilmente no mercado”, garante Oliveira.



**ECOBRISA /MINAS CLIMA**

## Minas Clima apresenta linha de climatizadores Ecobrisa

Parceira da AMIS há aproximadamente um ano, a Minas Clima, empresa especializada em climatização, participa da Superminas pela primeira vez. A empresa ofereceu aos visitantes da Feira condições especiais na aquisição de equipamentos da marca *Ecobrisa*, e com isso superou a expectativa de negócios. “A gente apresentou o lançamento da EBV-90, que atende ambientes maiores, como depósitos, galpões e estoques. Com certeza fizemos parcerias importantes no mercado em Minas Gerais”, disse o Diretor Executivo, Vinicius Narracci. “Os associados da AMIS tiveram descontos exclusivos e frete grátis pela fábrica”, acrescenta. A Minas Clima trabalha com manutenção, instalação e assistência técnica em geral e, segundo Narracci, foi importante participar da Superminas. “A Feira foi muito boa. Ótimos contatos, parcerias, negócios fechados e a gente estará colhendo fruto disso por um longo tempo”, projeta.

**OTKA**

## Inovação tecnológica é a “menina dos olhos” da Otka

Pelo quarto ano consecutivo, a Otka participa da Superminas ganhando cada vez mais a confiança do cliente. Para a empresa, em todas as participações as surpresas são diversas e sempre boas. “Iniciamos a participação institucionalmente e hoje o estande se tornou necessário para apresentarmos novas tecnologias ao varejo mineiro. Além disso, o pós-feira é sempre movimentado, com visitas e prospecções e, claro, com novos negócios sendo fechados”, avalia o diretor da Otka, Rogério Kato.

Para expor aos visitantes, a empresa levou o que há de mais avançado na tecnologia para supermercados. “Este ano, apresentamos em nosso espaço uma solução de autoatendimento com design diferenciado para lojas de padrão A e B, que é um equipamento robusto e funcional, já consolidado nos países da Europa. É a solução de ‘papa-fila’ sem integração e com alta funcionalidade: o SW de gerenciamento RP Info e as antenas industriais profissionais *Allied*”.



## TIA SÔNIA

## Linha de produtos naturais e saudáveis na Tia Sônia

Com 20 anos de história, a Tia Sônia veio da Bahia para conquistar o mercado mineiro, com o sabor e a qualidade dos produtos naturais e saudáveis. Segundo a Nielsen, a marca é líder de consumo no Nordeste e a quinta granola mais consumida no Brasil. Resultado disso é o crescimento de 20%/ano da indústria. “A nossa principal ferramenta de marketing é o ‘boca-a-boca’. A gente leva aos nossos clientes o produto para experimentação, eles percebem a qualidade e assim garantimos um produto natural e sem conservantes, focado em saúde”, informa a profissional de marketing da Tia Sônia, Fernanda Gusmão. “Nosso objetivo é colocar na mesa do consumidor o que consumimos em nossa própria casa”, ilustra. Durante a Superminas, além da granola tradicional foram apresentadas a linha sublime *premium*, orgânica, *lowcarb* e os *snacks*, denominados como simples *food*, para refeição rápida, composto basicamente de castanhas.



## MELITTA

## Melitta do Brasil aproveita o evento para mostrar novidades

Com aquele cheiro de café no ar, foi impossível para a Melitta passar despercebida na Superminas. Mas, afinal, ser notada era o objetivo! Quem experimentava seus cafés com caldas doces, como a de brigadeiro e morango, descobriu no paladar novas possibilidades. De acordo com o Gerente de Marketing da Divisão de Cafés da empresa, Ricardo Andrade, esta foi a primeira participação da Melitta do Brasil no evento e ele ficou muito feliz com a interação com supermercadistas que estiveram no estande. “Os visitantes puderam conhecer nossa linha completa de cafés, filtros e acessórios, tudo para proporcionar o melhor café fresquinho para os consumidores. Além disso, o público teve a oportunidade de degustar o nosso café passado na hora pelos nossos baristas. Aproveitamos o evento para apresentar nossas novidades para os supermercadistas mineiros, como a linha de cápsulas Melitta, os cafés e acessórios exclusivos do *e-commerce* e nossa nova fábrica de cafés em Varginha”, acrescenta.



**RIVELLI**

## Rivelli inicia na Superminas negociações de aves natalinas

A Rivelli é uma empresa mineira que procura estar sempre na Superminas para ficar mais próximo de seu público-alvo. De acordo com o gerente-geral, Reinado Albuquerque, esta é a oportunidade de estreitar relacionamentos e mostrar seus produtos e novidades. “É a ocasião de, junto ao cliente, reviver nossos negócios e fazer algumas projeções de futuro. Este momento é muito oportuno por ser exatamente o período de início de negociação das aves natalinas, um dos produtos mais importantes do nosso portfólio. Passamos o ano inteiro planejando, para chegar nessa época e negociar a ave, que vai para a ceia de Natal das pessoas. Este ano a nossa ave também está com uma ‘roupa nova’, como todo o restante do portfólio. Nossa identidade visual ficou mais moderna, mais bonita e é uma oportunidade que a gente tem de mostrar toda essa reformulação aos nossos clientes”, comenta o gerente.

**DIA %**

## Dia% apresenta modelos de franquia em mais uma produtiva participação

Desde 2001 no Brasil, a rede de franquias Dia, oriunda da Espanha, possui 1.150 lojas nos estados de Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Bahia. Em sua 6ª participação na Superminas, a rede mostra a preocupação de estar próxima ao cliente, com a qualidade dos produtos e com preço baixo. De acordo com o Diretor Executivo de Franquias, Samuel Vânio, a empresa acredita muito na Superminas e, por isso, participa desde 2013. “Nosso objetivo é sempre dar visibilidade aos nossos modelos de franquia, atraindo supermercadistas interessados em se tornarem franqueados. Este ano, trouxemos para dentro do nosso estande um ambiente mais parecido com as nossas lojas, com vasca de frutas e padaria. Também sempre buscamos evidenciar nossos produtos de marca própria. Atualmente somos a terceira marca mais vendida no Brasil, com mais de 1 mil produtos com a marca Dia”, confirma.



**PER'FA**

## Per'fa reafirma parceria com a Superminas em mais um ano de exposição da marca

Com estande-conceito, onde o objetivo é destacar a marca da empresa, a Per'fa Alimentos participa de mais uma Superminas. De acordo com o Gerente de Vendas da empresa, Gustavo Araújo, o evento é uma grande parceria por proporcionar o fortalecimento da marca diante dos visitantes. E por estarem marcando presença há alguns anos com lugar cativo no mapa do evento, é visível o crescimento da procura e do fechamento de novos negócios. "Neste ano, pudemos perceber uma Feira bem frequentada, com bastante procura, visibilidade e oportunidade de negócios. Houve um fortalecimento do relacionamento com o cliente, bem como com os que estamos a conquistar. A gente vê que cada ano que passa a Feira agrega mais valor à nossa marca. Renovamos a parceria e trazemos uma proposta diferente, com o intuito de agradar nossos clientes antigos e os que ainda estão por vir", comenta Gustavo.


**EMBALANDO LIXO**

## Produtos sustentáveis e 100% reciclados na Embalando Lixo

Fundada em 2012, a Embalando Lixo tem como principal objetivo produzir sacos para lixo 100% reciclados, visando à sustentabilidade ambiental. De acordo com o gerente comercial, Gusmão Heleno, a empresa foca em questões sociais e fez questão de apresentar a seu público essa vertente. "Compramos plásticos de catadores, ajudando assim, economicamente, na geração de trabalho informal e, também, auxiliando indiretamente na limpeza da cidade e no meio ambiente em geral", comenta.

A empresa está localizada na cidade de Santana do Paraíso, no Leste de Minas Gerais, com estrutura para todos os processos até o produto final. "Possuímos sede própria, equipamentos de última geração, logística própria e equipe de vendas capacitada para melhor atender nossos clientes. Nossa missão é buscar constantemente a satisfação do consumidor final, visando alto padrão de qualidade e preço competitivo", salienta Gusmão.



**VIVER BEM**

## Viver Bem acredita no potencial da Superminas para alavancar os negócios

Com produtos cada vez mais inseridos nos lares dos mineiros, o ano de 2018 tem sido muito importante para os negócios da Viver Bem, por se tratar de um período de consolidação da marca no Estado. De acordo com o Diretor Comercial, Adriano Mateus, o trabalho que foi construído nos últimos anos deu tranquilidade para que pudesse atingir as metas. Afinal de contas, a busca por alimentação saudável é crescente e tende a aumentar ainda mais. “A parceria com a AMIS, com a Revista Gôndola, assim como a nossa participação na Superminas, tem ajudado a superar as nossas expectativas. Só temos a agradecer”, comenta. A resposta da exposição é bem importante para a empresa, porque é a oportunidade de se relacionar com seus clientes e estreitar esse relacionamento. “Este ano, percebemos que o público estava mais qualificado e realmente interessado em fechar negócios. Apesar do ano ter sido pesado para muitos comerciantes, vimos que todos estão com esperança e buscando essa virada nos negócios”, finaliza.

**GRUPO VIBRA - NAT**

## Grupo Vibra aposta em tecnologia interativa para apresentar sua linha de produtos Nat

Desde 2015, o Grupo Vibra é presença certa na Superminas com a apresentação da sua marca *Nat* e seu variado portfólio. De acordo com a gerente de marketing, Raquel Guimarães, a participação na Feira é de extrema importância, porque é focada em um dos mercados-chave para a empresa. “A nossa participação é fundamental para a realização de novos negócios e a manutenção dos que já estão em andamento”, comenta. Dentre as ações realizadas no estande, os cortes de frango resfriados tiveram destaque em função de sua relevância no mercado mineiro. Outra novidade foi a gôndola virtual interativa com tela, que imita um freezer e ao clicar em um determinado produto abre-se uma página informando os atributos daquele item. “A gôndola virtual interativa foi uma novidade no formato de apresentação das nossas linhas de produtos ao cliente, fazendo uso de novas tecnologias como possibilidade de demonstrar nosso portfólio”, finaliza.



**MARBA**

## Marba aumenta portfólio e renova identidade visual

Este ano, toda a tradição e qualidade dos produtos Marba chegarão aos supermercados e à casa dos consumidores com uma nova identidade e forma de comunicação. O principal objetivo da marca é, além de modernizar as embalagens e a comunicação visual, mostrar ao público que, nestes quase 60 anos de história, foi construído um legado de inovações e cuidados com as pessoas. Marca de mortadelas e linguiças defumadas, do estado de São Paulo, a Marba aproveitou a qualidade em sua linha de produtos para ampliar seu portfólio e lançar na Superminas. “Nossa campanha defende o prazer na alimentação. E é com esse espírito de liberdade que o prazer proporciona que pensamos em produtos mais gostosos, embalagens mais práticas, em que o sabor dos nossos produtos representa um alívio da rotina e uma inspiração para todos”, conta o Diretor Comercial Luís Spinelli, enfatizando que a comunicação da empresa passa a ser provocante, espontânea e sempre baseada em momentos reais.


**ITAMBÉ**

## Itambé apresenta inovação no mercado de lácteos e nova experiência de consumo

Presente em todas as edições da Superminas, a Itambé destacou em seu estande a ampliação da linha PRO. O iogurte PRO Whey 160g foi apresentado em primeira mão na Feira. A linha, que já contava com oito SKUs, agora incorpora dois novos itens aos sabores banana e morango. E não para por aí. A empresa apresentou a sua parceria com a Fini, marca líder do segmento de balas de gelatina no Brasil, no lançamento de um produto inovador, o *iogurte Itambé com balas Fini*. A combinação reúne sabor e textura e leva ao mercado uma nova experiência de consumo. O iogurte pode ser encontrado nos sabores framboesa e tutti-frutti. “A Superminas é o momento de apresentarmos as nossas novidades ao mercado e fazer contato com os nossos principais *stakeholders*. Para a Itambé, esse é um evento de extrema importância e faz parte do calendário da empresa por trazer resultados significativos para o negócio”, explica a gerente de marketing, Beatriz Cardoso.



**LOG ICE**

## Log Ice tem resultado 'excepcional' em visibilidade e em contatos

A Log Ice aposta no lançamento de duas linhas de produtos exclusivos: a *Amazzone Fruit*, que são cremes de frutas como açaí, pitaya e cupuaçu, e a marca *Albaran*, que vem com o creme de açaí e sorvetes especiais. De acordo com o CEO, Flávio Pissolati, a empresa foi surpreendida pelo resultado alcançado, que segundo ele foi 'excepcional', tanto em visibilidade da marca como em contatos com novos clientes. "O maior sucesso que tivemos foi com a degustação dos nossos cremes de açaí e sorvetes, onde tivemos 100% de aprovação de todos os nossos produtos no estande junto às nossas promotoras", comenta. Para Pissolati, que já confirma presença no próximo ano, esse resultado alcançado já era esperado. "Viemos para 'balançar' as gôndolas neste verão e a promessa é dobrar as vendas do segmento. Acredito que acertamos em escolher a Superminas para o lançamento da nossa linha de produtos. Além da visibilidade e credibilidade da Feira, a data foi muito propícia, visto que nosso produto é para o verão. Agora é colher os frutos e muito trabalho pela frente", afirma.

**FAMIGLIA ZANLORENZI**

## Famiglia Zanlorenzi amplia portfólio com bebidas saudáveis

Há dois anos expondo em estande exclusivo, a Famiglia Zanlorenzi, vinícola paranaense que tem como carro-chefe a marca *Campo Largo*, traz para a Feira produtos inovadores – chás, sucos integrais e kombucha – e demonstra uma crescente mudança no foco, que pode ser denominada de "soluções em bebidas". "A participação que temos dentro do mercado mineiro é muito ampla porque a empresa está fundada em dois pilares de grande importância: a tradição, porque são 76 anos; e a inovação, já que nós somos também uma empresa de vanguarda, estamos sempre no mercado buscando inovações, produtos que tenham a ver com o conceito de saudabilidade", informa a gerente comercial da Famiglia Zanlorenzi, Rosimeire Helena. "Então, estamos sempre acompanhando tendências e aquilo que já é realidade. Temos um relacionamento muito bom porque a nossa participação no mercado supermercadista hoje é maciça".



**TÍO PACO**

## Tío Paco reafirma parceria e enaltece a credibilidade da marca junto ao supermercadista

Com o tema “A nossa indústria é a sua casa”, a Tio Paco fez, em grande estilo, a sua 12ª exposição na Superminas. No estande da empresa houve degustações preparadas pela *chef Val* – do Restaurante Delícias da Val – muito elogiadas pelos visitantes.

Segundo a Gerente de Marketing do Grupo Sandéleh, detentora da marca, Ana Paula Beloto, o intuito desta edição foi reforçar a presença da Tio Paco no setor de conservas e agradecer a confiança dos supermercadistas mineiros. “Aos visitantes, disponibilizamos informações e pesquisas atualizadas, entendendo e propondo parcerias personalizadas e atentas ao varejo 4.0. O resultado disso foi o cadastro de todos os lançamentos nas principais redes de supermercados do estado, que prestigiaram nosso espaço. Além de concluirmos fechamentos importantes para o final de ano, antecipando os negócios do Natal”, diz Ana Paula. “Este ano, patrocinamos a ação de negócios da Superminas, que fomentou e incentivou bons negócios durante todo o evento”, conclui.


**PIRAHY - PRATO FINO**

## Pirahy apresenta a linha Selection Gourmet na volta à Superminas

O arroz Prato Fino, marca da Pirahy Alimentos, tem longa parceria com a AMIS. Segundo o Diretor Comercial, de Marketing e Logística, Carlos Ely Jr., a empresa está há 38 anos no varejo mineiro, onde tem a maior participação de mercado em nível nacional. “Para bem da verdade, somos apaixonados por Minas Gerais. Ficamos honrados em poder voltar; afinal, estávamos fora do circuito de feiras há alguns anos. Estamos satisfeitos com os resultados e já asseguramos presença em 2019”, antecipa.

No estande, foi exposto o portfólio de produtos com uma novidade, a *Linha Selection Gourmet* para ocasiões especiais, com pratos internacionais e saudáveis. “A AMIS e seus associados estão de parabéns, e estou certo que já estão escrevendo um novo momento. Podem contar conosco sempre!”, promete Ely Jr.



**VISUAL MIX**

## Tecnologia de ponta para *self-checkouts* e operações pelo celular são novidades da Visual Mix

A Visual Mix, especialista em tecnologia para o varejo, fez a primeira participação na Superminas valer muito a pena. Trazendo inovações para frente de caixa, a empresa apresentou um PDV 100% no celular. O cliente faz toda a compra e sai sem ter contato com o operador de caixa, com tudo realizado de forma segura para o varejista e para o cliente. “Trouwemos os *self-checkouts*, que são sucessos clássicos da Visual Mix. Hoje, somos o maior parque instalado no Brasil, os únicos que operam o *self-checkout* com a reciclagem de dinheiro e os únicos nas Américas a fazer o compartilhamento desse serviço”, conta a Diretora Comercial, Roseli Morsch. Outra novidade foi o *checkout* de alta performance, que agrega segurança, tecnologia e maior fluidez na frente de caixa. “Colocamos a interface de pagamento de *self-checkout* e, assim, reduzimos em torno de 25% do tempo gasto no caixa. Enquanto o cliente está pagando, já é possível atender o próximo, separando as compras e fazendo a operação muito assertiva e bastante segura”, completa Roseli.

**PANASONIC**

## Panasonic chega cheia de novidades em sua primeira Superminas

A Companhia japonesa Panasonic, que produz uma variada linha de equipamentos de consumo, corporativo e industrial, participou da Superminas pela primeira vez e trouxe muitas novidades para o supermercadista mineiro. De acordo com o gerente de Marketing de Pilhas e Baterias, Luciano Lima, a Feira é uma oportunidade gigantesca para estreitar relacionamento com o cliente do estado, o que é fundamental para a empresa. “Pudemos mostrar o nosso formato de trabalho e trazer novidades, inclusive no sentido de gerenciamento e exposição de categorias, onde orientamos uma forma diferente para o supermercadista apresentar nossos produtos”, explica. No estande, a Panasonic expôs a sua já conhecida série de pilhas e baterias e destacou a nova linha de *Pilhas Alcalinas Premium AA e AAA*, que duram até 15x mais e possuem proteção antivazamento. “Essas são as nossas principais propostas: fortalecer o nosso relacionamento e mostrar as nossas novidades”, conclui.



**PREMIERE**

## Com sucesso alcançado em 2017, Premiere Alimentos retorna à Feira

Após a participação na Superminas 2017, a Premiere Alimentos alcançou grande visibilidade, ampliou os negócios e decidiu participar pela segunda vez. Este ano com três objetivos principais, como explica o CEO, Bruno Ferreira: estabelecer a marca como referência em mini-churros e pão de queijo congelado; apresentar ao mercado uma empresa séria, idônea, capaz de atender tanto o varejo como o *foodservice*, com qualidade e excelência, e ampliar os limites, colocando a Premiere Alimentos em todo o Brasil.

Com degustações no estande, a marca recebeu vários visitantes, que compartilharam ideias e fizeram negócios. Para o próximo ano, antecipa Ferreira, a empresa vai ampliar o *mix* de produtos e a variedade de tamanho de embalagens e deixar o processo mais moderno, desde a produção até a chegada dos produtos ao consumidor final. "Temos uma equipe capaz de fazer da empresa a maior referência de produtos congelados do Brasil", finaliza.


**VILMA**

## Pessoas e parcerias marcam participação da Vilma

Como a Superminas coincide com o aniversário da Vilma, foi uma oportunidade para a apresentação do novo refresco de 10g e reforçar o novo posicionamento da marca, lançado em maio com o tema "A receita é você". O estande, ambientado como uma casa, remeteu ao gostoso clima familiar da campanha, que coloca as pessoas no centro de toda a sua comunicação. De acordo com a Gerente de Marketing, Paula Carvalho, o momento foi oportuno para apresentar a ação "Invasão Pirata", que através da tecnologia de realidade aumentada proporcionou ao cliente uma experiência divertida com a linha de molhos *Pirata*. "A impressão que tivemos é de que mais uma vez conseguimos surpreender e encantar o cliente", afirma. A marca aproveitou a Feira para apresentar outras parcerias firmadas no ano, como a tradicional marca de atomatados *Colonial*, que agora é distribuída pela Vilma em algumas regiões de Minas Gerais, e também o Buffet Rullus, que trouxe em sua cozinha-show o prato mais vendido do Mercado da Boca, em Nova Lima: o Fettucine Vilma ao Cacio e Pepe.



**NAVE 5**

## Nave 5 apresenta soluções em comunicação visual para o mercado mineiro

Estreante na Superminas, a empresa paulistana Nave 5 Comunicação Visual ofereceu aos visitantes diversas possibilidades de agregar valor ao negócio através de artes visuais sofisticadas. “A comunicação visual é uma importante estratégia para que a empresa consiga se destacar no mercado. Através de cores, imagens, fontes e elementos gráficos, como ilustrações ou estampas que, isolados ou em conjunto, posicionam a marca diante do consumidor. É preciso aparecer com coerência em todos os setores para que o principal objetivo seja se tornar uma referência no mercado de atuação”, comenta o diretor de CVI da Nave 5, Oscar Rodrigues. “É um segmento de suma importância, pois impacta no desenvolvimento do negócio, atraindo atributos como fortalecimento de marca, ajudando a empresa a ganhar espaço no mercado; reforça os valores da empresa, aumenta credibilidade, transmite informações diretas e tem bom custo-benefício”.

**TUPGUAR**

## Tupguar comemora 70 anos de história

Comemorando 70 anos de fundação, a Tupguar participa da Superminas pela terceira vez. E a parceria foi um divisor de águas na nova geração da empresa. “Colocamos em evidência a importância da nossa participação na Superminas porque acreditamos no potencial da exposição em encurtar o nosso trajeto até os lares dos mineiros”, comenta a diretora, Lara Carvalho. Nesse período, o mercado externo abriu as portas para a indústria, que exporta para países como Japão, Estados Unidos e, agora, para a Alemanha. “O nosso polvilho se encontra com um foco muito grande porque é um produto natural, não contém glúten ou lactose, e esse crescimento vem surgindo com bastante força, porque resgata a cultura, também”, detalha. “Esses são os fatores que estamos buscando hoje: cultura, alimento saudável e prazer. Antigamente a gente só conhecia biscoito e pão de queijo. Hoje temos biscoito frito, bolinha de queijo, nuvens de queijo, tapioca, crepioca, bala, chiclete, tudo feito com polvilho”, reitera Lara.



**PANCO**

## Participação é um marco na história da Panco

Apresentando suas principais linhas de pães, bolos e biscoitos, a Panco, indústria 100% brasileira mas com nome japonês – pelo histórico familiar dos fundadores –, que significa “farinha”, esteve no evento pela primeira vez e trouxe dois pontos de encontro: um, no hall dos auditórios, onde puderam oferecer um *coffee break* aos participantes da convenção, e outro, com estande na Feira, com proporção mais ampla e interativa. Com um portfólio de 170 itens, a empresa focou no Panettone, que é uma categoria em expansão na indústria. “Fizemos degustação dos nossos produtos e interagimos com o nosso *shopper* por meio de fotos. A percepção dos visitantes foi o que nós esperávamos, em termos de aceitação da qualidade. A Feira se tornou um *case* para a Panco”, disse a gerente de Marketing, Paula Fava Marques. “Nossas expectativas eram boas, mas o resultado foi ainda melhor. A Superminas fará parte do nosso calendário de eventos comerciais, pois identificamos oportunidades de novos negócios”.


**TRIGO ARTE & CIA**

## Trigo Arte & Cia lança pães italianos e baguetes recheados

A parceria da Trigo Arte & Cia com a Superminas vem trazendo resultados satisfatórios. Já é tradição a empresa aproveitar a Feira para lançamentos, como os pães italianos e baguetes recheados apresentados ao cliente neste ano. Com um *mix* de aproximadamente 270 itens, a indústria garante elevar o tíquete médio da padaria e a rentabilidade. “É satisfação garantida ou o seu dinheiro de volta”, brinca o Gerente Comercial da empresa, Anderson Kury. “O produto é certo. A gente faz diversas pesquisas de mercado com as principais padarias do País; então, hoje estamos ampliando cada vez mais a nossa base de atuação. A padaria tem se renovado a cada dia. E nada melhor que a padaria do supermercado, que hoje representa em média 80% do nosso negócio. A gente leva a oportunidade para que os supermercados também tenha produtos de sabor, variedade e que atendam a demanda de diversos tipos de clientes”.



**FARNESE / SINTER FUTURA**

# Farnese traz um 'momento mais cremoso' para a Superminas

A marca de sabonetes Farnese se apresentou com um novo conceito institucional, que passou a ser "Momento Mais Cremoso", que tem como objetivo intensificar e fidelizar o produto. "Nós estamos lançando novas versões, como o sabonete em barra 180g, e o líquido, de lavanda e algodão com avelã. Também lançamos a *flow pack* reciclável, pensando no meio ambiente e na sustentabilidade", comenta Luisa Clepf, do setor de marketing da empresa. Para o coordenador de vendas, Natanael Farias, a cada ano de participação na Superminas é uma nova experiência. "O reconhecimento e a fidelização da marca são nossos principais objetivos e a Feira tem sido uma excelente oportunidade de novos negócios e prospecções. De 2016 para 2018, já se viu um crescimento significativo nas vendas, no consumo e nos PDV. Recentemente, fizemos uma parceria com uma operação logística de Contagem (MG) para aumentar a velocidade das entregas e pulverizar melhor os produtos no mercado mineiro", relata.

**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](mailto: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 269****COMPETIÇÃO 4.0**

Concordo com a reportagem que vocês fizeram sobre a competição que está cada dia mais forte no setor de supermercados. Seja entre os supermercados entre si e também entre os supermercados e outros setores como as padarias e as drogarias. Acho que o comércio eletrônico daqui a pouco vai ser outro forte concorrente e não tem outra maneira para encarar o problema, pois a concorrência vai ficar ainda mais forte.

**Flávia Albergaria Rivello**  
Florianópolis – SC

**VERÃO**

Quando a gente acha que já sabe tudo, vem a prova de que sempre mais alguma coisa podemos aprender. Aconteceu comigo quando li a reportagem sobre como preparar a loja para a temporada do verão. Só acho que a preparação pode começar ainda mais cedo. Não digo para tudo, mas para o material de bazar pode ser mais cedo, por volta de agosto, no máximo setembro.

**Ricardo Rodrigo Simões Toher**  
Uberlândia – MG

**APLICATIVOS**

Tenho padaria e recebi a revista na Superminas, em Belo Horizonte. Gostei muito e uma das melhores reportagens foi a que falou dos aplicativos. Acho que o futuro vai nesta direção, com as pessoas usando o celular para tudo. Não sei se consigo uma coisa como essa de um aplicativo para a padaria, mas temos que pensar a respeito.

**Madalena Rosário Silveira**  
Juiz de Fora - MG

# Minas clima

Climatização

SOLUÇÃO EM CLIMATIZAÇÃO

TRABALHE  
COM OS QUE  
MAIS SE DESTACAM  
NO MERCADO ATUAL.

climatizadores  
**ecobrisa**



**VENDA**  
**MANUTENÇÃO**  
**ASSISTÊNCIA TÉCNICA**  
**INSTALAÇÃO**  
**LOCAÇÃO**  
**PEÇAS DE REPOSIÇÃO**



BAIXÍSSIMO  
CONSUMO DE  
ENERGIA



PORTAS E  
JANELAS ABERTAS



100% DE  
RENOVAÇÃO  
DO AR



SEM NEBULIZAÇÃO  
OU GOTÍCULAS  
DE AR



VMAIOR  
PRODUTIVIDADE

climatizadores  
**ecobrisa**

**FAÇA UM ORÇAMENTO: FONE/FAX (31) 98346.9145**  
**E-MAIL: MINASCLIMA.ECOBRISA@GMAIL.COM**

ACESSE:



/MINASCLIMA



### REDE DE SUPERMERCADOS PRETENDE ABOLIR *CHECKOUTS* DE SUAS 272 LOJAS

A Shufersal, maior cadeia de supermercados de Israel, está seguindo as lojas da Amazon Go nos Estados Unidos e lançando uma experiência de compra ininterrupta em todas as suas 272 lojas. A varejista assinou contrato para instalar a plataforma de varejo automatizada avançada da Trigo Vision em toda a cadeia.

Empregando inteligência artificial, a Trigo Vision combina uma sofisticada rede de câmeras instaladas no teto com algoritmos de visão de computador para eliminar a necessidade de um processo de *checkout*. As câmeras identificam e capturam itens de compras dos clientes com altos níveis de precisão durante a jornada na loja.

A rede acredita que com a tecnologia desempenhando um grande papel, a Trigo Vision transformará a experiência de compra e minimizará os pontos de insatisfação dos clientes nas lojas, que sempre demonstraram pouco contentamento com filas de *checkout*.

As lojas da Shufersal variam de 70 metros quadrados a 2.500 metros quadrados. Os consumidores podem também inserir suas informações de pagamento em aplicativos ou quiosques, sendo que ambos exibem recibos em execução que podem ser alterados pelos funcionários da loja no caso de um erro ser cometido. Atualmente, o sistema tem cerca de 99,5% de precisão, segundo a empresa.

Usando tecnologia semelhante, a gigante do varejo Amazon vem lançando lentamente seu conceito de caixa eletrônico Amazon Go nos Estados Unidos, até agora com cinco lojas em Seattle e Chicago, com novos locais prontos para abrir em breve em São Francisco e Nova York. A Amazon está planejando abrir até 3.000 locais da Amazon Go até 2021. Isso incluiria ter cerca de 10 lojas Amazon Go até o final de 2018 e expandir para aproximadamente 50 nos principais mercados metropolitanos no próximo ano, de acordo com relatório da Bloomberg.



### A CULINÁRIA AFRICANA OCIDENTAL ENTRA NA MODA

Ingredientes e sabores africanos estão ganhando impulso nos setores de alimentos, bebidas, saúde e beleza no Reino Unido. Grande parte do foco da comida e bebida tem sido nos sabores do norte da África, mas mais recentemente tem havido uma onda de interesse na cozinha amplamente inexplorada dos países da África Ocidental, como Gana, Nigéria e Senegal.

Uma série de fatores levou ao aumento da conscientização sobre a culinária da África Ocidental. Alguns dos principais ingredientes da África Ocidental que podem ser destacados na inovação de produtos incluem nozes, moringa, banana, inhame, mandioca, gengibre, pimenta malagueta, feijão, quiabo, amendoim e sorgo. Os pratos da África Ocidental são frequentemente isentos de glúten e ricos em proteínas vegetais, adaptando-se às tendências atuais.

E a cozinha da África Ocidental oferece inúmeras oportunidades para inovação. A região tem ingredientes variados e únicos e seu uso pode elevar um produto quando a proveniência da África Ocidental é destacada. Para atender a esses consumidores que buscam uma "aventura segura", a inovação que combina os vibrantes sabores da África Ocidental com formatos modernos bem conhecidos pode se dar bem nos demais mercados europeus.



### IMPRESSORA 3D, SUCESSO ABSOLUTO DE VENDAS, ESTÁ DE VOLTA NO ALDI

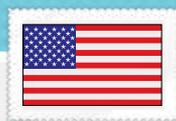
Os amantes da tecnologia estão apaixonados e agradecidos à gigante varejista alemã Aldi em suas lojas britânicas. A sua oferta especial de uma impressora 3D voltou. No ano passado, os consumidores disputavam o produto nas lojas. Desde 22 de novembro, o item voltou para as lojas, mas a compra tem que ser feita exclusivamente *on-line*, por £ 299,99 (algo em torno de R\$ 1,6 mil reais). A rede Aldi informa que o estoque deste ano aumentou em 200%, para que todos possam receber essa oferta, mas alerta para que quanto mais cedo fizer o pedido, melhor, pois não há impressoras disponíveis no fabricante para reposição do estoque.

“Comece a criar suas próprias impressões 3D incríveis com este kit de impressora 3D acessível em aço. Disponível em um valor excepcional, esta máquina possui controles *touchscreen*, imprime diretamente de cartões SD, suporta uma variedade de filamentos e possui uma grande área de construção para imprimir seus brinquedos, figuras, decorações, artesanato e muito mais. Você pode até imprimir protótipos de todas as invenções brilhantes que você imaginar”, diz a campanha da Aldi.



### LIDL COMPRA A REDE BEST MARKET

A rede alemã Lidl e a Best Market revelaram um acordo no qual a Lidl irá adquirir 27 lojas Best Market em Nova York e Nova Jersey. A transação – a primeira aquisição da Lidl nos EUA -- permite que a rede de origem germânica amplie sua presença regional nos EUA e entre em um novo mercado em Long Island, em Nova York. A loja One Best Market, em Newington, Connecticut, não foi incluída na transação. Após a aquisição, a Lidl planeja um processo de transição passo a passo, a partir do próximo ano, que envolverá a remodelação, reinvestimento e conversão de lojas Best Market para os locais do Lidl. Com sede na Alemanha, a Lidl opera cerca de 10.500 lojas em 29 países. Estabeleceu sua sede nos EUA em junho de 2015 e agora possui mais de 50 lojas em sete estados da Costa Leste.



### TOPS OFERECE “BÔNUS DE NATAL” PARA RECOMPENSAR OS CLIENTES FIÉIS

A Tops Friendly Markets, rede de supermercados com 159 lojas nos estados de Nova York, Pensilvânia e Vermont, iniciou em novembro seu programa *Tops Bônus de Natal*, que permite aos clientes ganhar um desconto em cartões de presente com compras de supermercado. De acordo com o programa, os compradores que usam o cartão de fidelidade “Tops BonusPlus” ganham automaticamente um ponto de presente para cada compra de supermercado de pelo menos US\$ 50. Eles podem usar um ponto de presente no *checkout* para comprar um cartão-presente de US\$ 50 nas lojas e restaurantes participantes por US\$ 40, uma economia de 20%. Os cartões-presente estão disponíveis para mais de duas dúzias de varejistas que estão qualificados para o programa de bônus de Natal, que foi expandido este ano para incluir mais comerciantes. Fazem parte da lista Barnes & Noble, Best Buy, Macy’s, Lord & Taylor e AMC Theatres.



### NOVAS REDES DE VAREJO ALIMENTAR SE UNEM PELA QUALIDADE DOS PRODUTOS

Doze novas redes de varejo alimentar, de nove estados chineses, se uniram a outras 32, de 19 estados, que formaram há quatro anos uma aliança pela melhoria da qualidade de produção de alimentos frescos na China. Seus membros operam mais de 1.300 lojas de supermercados, atendendo 10 milhões de clientes por dia e gerando um faturamento anual de aproximadamente € 5,7 bilhões. A aliança entre as redes tem feito esforços para promover boas práticas agrícolas no mercado chinês e está empenhada em garantir a segurança alimentar e uma excelente qualidade para os consumidores chineses através da sua própria marca de produtos frescos.

## Mili sorteia cinco Jeep Renegade e 20 vales de R\$ 5 mil

Está em andamento desde o dia 01 de novembro a promoção Mili Compra e Concorra. A ação acontece em todo o território nacional e vai até 31 de janeiro. No dia 02 de fevereiro acontece o sorteio dos cinco Jeep Renegade e dos 20 vales de R\$ 5 mil. Os supermercados que porventura tenham clientes agraciados, ganham também. No caso, concorrem a bonificações em produtos Mili. Toda a linha Mili participa da promoção, incluindo as marcas Cameratta e Residence. Os consumidores precisam se cadastrar no site da premiação para receberem o “número da sorte” a ser utilizado no sorteio.

## Chocomellow na Variatta Special, da Perfetto

O toque de sofisticação é o diferencial do mais novo lançamento da Perfetto. Os fãs do Variatta contam agora com o Chocomellow, sorvete de chocolate com cryp's de chocolate e marshmallow de verdade, desenvolvido pela marca. O produto está disponível em embalagem de 1,8 litro. Fundada em 1997, a Perfetto é a quinta maior indústria de sorvetes do País. Contando com mais de 80 produtos comercializados entre picolés, cones e potes de tamanhos variados, a marca tem alta capacidade de produção e está presente nos estados de SP, MG, RJ, GO, DF e, recentemente, PR.



## Chás orgânicos de erva mate na Campo Largo

A Campo Largo, marca de bebidas saudáveis da Famiglia Zanlorenzi, acaba de lançar uma linha de chás orgânicos à base de erva mate. Com duas opções de sabores, Mate e Mate com Limão, a bebida não possui conservantes e é zero sódio. O lançamento dos chás faz parte da estratégia da companhia de priorizar a sustentabilidade e incluir em seu portfólio bebidas que unam saúde, sabor e inovação, acompanhando a tendência de mercado que tem como expectativa crescer 20% na produção e consumo de alimentos orgânicos por ano. A novidade da Campo Largo está à venda desde novembro nas versões 1,35 litros e 250 ml, com embalagem pet asséptica e rótulo clean label, que traz informações mais claras sobre a composição do produto. Os chás orgânicos chegam para agregar o portfólio da companhia, que já possui a linha de chás especiais com blends diferenciados e desenvolvidos com apoio de consultoria e pesquisa nutricional. Os sabores disponíveis são: Hibisco & Cranberry, Chá Verde, Gengibre & Limão e 3 Chás – Branco, Verde e Mate, todos sem conservantes, adoçados com stevia e com zero sódio.

## Knorr apresenta sua nova linha completa de massas

A Knorr agora investe em uma nova categoria e apresenta ao mercado a mais nova adição ao seu portfólio: as massas Knorr. Os produtos já podem ser encontrados em diversos cortes e versões. As novas massas Knorr são livres de sódio e conservantes e possuem cinco tipos de cortes: Pena, Espaguete, Ninho, Parafuso e Padre Nosso. Além disso, elas estão disponíveis em quatro versões: Sêmola, Sêmola Com Ovos, Grano Duro (elaborada com sêmola de Trigo Durum importada resultando em uma massa com consistência “al dente”) e Integral (rica fonte de fibras e proteínas, ideal para quem deseja manter uma alimentação equilibrada e nutritiva). Com essa nova linha, a Knorr, uma das principais marcas de alimentos da Unilever com presença em mais de 80 países, pretende aproximar-se ainda mais dos consumidores brasileiros, expandindo seu portfólio para uma das categorias mais consumidas no Brasil de maneira alinhada à sua proposta de inspirar e trazer sabor a mesa os brasileiros de maneira prática.



# BKP

Automação e Equipamentos

## BELO HORIZONTE

### SOLUÇÕES EM AUTOMAÇÃO COMERCIAL!

A tecnologia à sua disposição: agendamento de visitas para análise de estrutura, aderência ou melhorias – por telefone ou e-mail [otka@otka.com.br](mailto:otka@otka.com.br).

**VELOCIDADE + ADAPTABILIDADE = AGILIDADE NOS NEGÓCIOS!**

**ATENDIMENTO ON SITE ou EM LABORATÓRIO**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇO LOCAÇÃO - VENDA**

### 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



UNIDADE SP: (11) 3386-0100  
UNIDADE RS: (51) 3737-4900

UNIDADE MG: (31) 3021-5455  
Al. das Falcatas, 675 - Sala 01  
São Luiz, Belo Horizonte/MG

Para mais informações sobre serviços e produtos acesse: [www.otka.com.br](http://www.otka.com.br)

**Nos lares  
brasileiros, 65%  
dos produtos são  
de marca própria\*.**

\*Dados: Revista Veja 2017.

**O DIA é líder  
em marca própria.  
Converta sua  
bandeira e rentabilize  
o seu negócio.**



*Vilma de Souza Sabey*  
Consumidora DIA



*Paulo Eduardo Rocha*  
Franqueado DIA há 9 anos

## **DIA Supermercados. Uma franquia que entende o consumidor e o Brasil.**

O DIA é a maior rede de **franquia de supermercado** do Brasil. E ser um franqueado DIA é contar com a força de uma rede sólida e bem-estruturada para você focar no que realmente importa: suas vendas.



**Seja um franqueado.**

[novosnegocios.diabrasil@diagroup.com](mailto:novosnegocios.diabrasil@diagroup.com)

F r a n q u i a

**DIA**

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