

Gôndola

SETEMBRO 2024

BONS VENTOS

Minas vive momento especial no setor supermercadista. Além de 6 redes entre as principais do ranking nacional (uma delas é a 5ª maior do País), também as indústrias fornecedoras...

SE NÃO
AGUENTA
NÃO ABRE



SÉRIE ESPECIAL

30 ANOS DA REVISTA GÔNDOLA

Nesta edição, a homenagem aos anunciantes de 2014 a 2024



NÃO PODE
FALTAR
NA SUA LOJA

e mais:

SOTAQUE MINEIRO – CONHEÇA A REDE VIVENCI, DE ESPERA FELIZ E REGIÃO

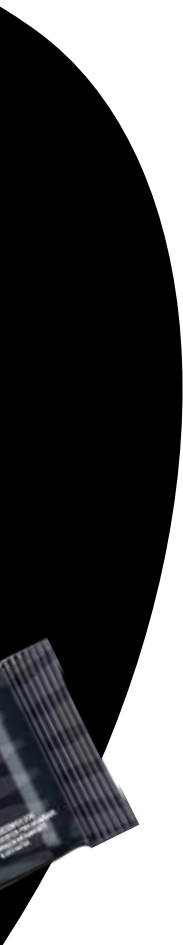
CONFIRA A COBERTURA DO SEVAR DO CENTRO-OESTE

FRANGO, A CARNE MAIS ACESSÍVEL E DIVERSIFICADA DO MERCADO

SIM,
TEM UM
AZULIM
PRA CADA TIPO
DE PISO







BESTIES

PARA SEMPRE

POR TEMPO LIMITADO

EXPERIMENTE ANTES QUE ACABE



ATIVE JÁ O MODO BESTIE!



Parabéns, GÔNDOLA!

O editor de uma revista tem o privilégio de ser um dos primeiros, senão o primeiro, a ler todo o conteúdo de uma edição. Nesta, de número 332, novamente fui contemplado por essa condição e confesso que, por mais concentrado que estivesse, não consegui ficar sem me emocionar. Compartilhe conosco essa emoção ao ler as mensagens que supermercadistas e fornecedores registraram nas páginas alusivas à comemoração do aniversário de 30 anos da revista GÔNDOLA. Em nome da equipe GÔNDOLA e de todos os demais envolvidos na produção da revista, agradecemos o carinho e o apoio. Vamos prosseguir com nosso compromisso, agora com a responsabilidade ampliada. E que venham mais 30 anos! Outro material de que gostei muito e recomendo que coloque em sua fila de leitura é a reportagem de capa da edição. Ela fala sobre os bons ventos que sopram no setor supermercadista mineiro atualmente e faz um panorama que pode ser muito útil para as decisões estratégicas dos leitores. Outra que merece sua atenção é a curadoria que foi feita pela repórter Dayane Lima sobre a Superminas 2024: leitura obrigatória enquanto arruma as malas! Reserve também atenção para uma que eu fiz sobre as boas oportunidades do frango e demais proteínas animais em 2024 e 2025. Não deixe de ver também a visita que fizemos à rede Vivenci, de Espera Feliz e região, e os excelentes artigos da edição.

Muito obrigado e boa leitura!

Giovanni Peres
Editor

SUMÁRIO



REPORTAGEM DE CAPA

Bons ventos no setor supermercadista de Minas

8

18

SEVAR DO CENTRO-OESTE

Realizado em Divinópolis, evento superou expectativa

22

SUPERMINAS 2024

A equipe de GÔNDOLA preparou um guia para você

46

GÔNDOLA 30 ANOS

A homenagem aos supermercadistas e fornecedores anunciantes de 2014 a 2024

76

SOTAQUE MINEIRO

De Espera Feliz e região: conheça a Rede Vivenci

82

FRANGO

É a proteína animal mais barata desde 2005

17 ARTIGO VANNUCCI

90 BAZAR DO BEM

80 CAFÉ

94 NOTAS E NEGÓCIOS

81 COMITÊ TRIBUTÁRIO

98 ARTIGO JURÍDICO

Gôndola

Veículo oficial da Associação Mineira de Supermercados (AMIS)



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

Presidente da Associação Mineira de Supermercados (AMIS) Alexandre Poni (Verdemar) **Presidente Executivo** Antônio Claret Nametala
Gerente de Comunicação Adenilson Fonseca **Revista Gôndola Conselho editorial** Epifânio Parreiras (Grupo Superno), Gilson de Deus Lopes (Supermercado 2 B) e Roberto Gosende (DMA) **Editor e jornalista responsável** Giovanni Peres (reg. prof. 03065jp) gperes@todavozeditora.com.br (31) 38797422 e 999841990 **Repórteres** Adenilson Fonseca (adenilson@amis.org.br) e Dayane Lima (dayane.lima@amis.org.br) **Capa** Thiago Freitas **Fotografia** Ignácio Costa e Freepik Stock **Designer gráfico** Sandra Fujii **Revisor** Pedro Vianna **Impressão** EGL Editores **Distribuição** EBCT **Gerente Comercial** Pedro Gosende (pedro.gosende@amis.org.br) tel.: (31) 22122 0553 **Executiva de negócios** Renata Abreu (renata.abreu@amis.org.br) tel. 31 2122 0525 **Recebimento de anúncios** Renata Abreu (renata.abreu@amis.org.br) tel. 31 2122 0525 **Os textos assinados não refletem, necessariamente, a opinião da revista GÔNDOLA. Para edições anteriores, problemas no recebimento da revista ou pedidos de inclusão na listagem de destinatários da publicação ou de assinaturas, contate** Luana Rangel - tel.: (31) 2122 0500 (relacionamento@amis.org.br)

Aymoré

100 anos

Só quem te conhece muito bem poderia trazer essa **novidade deliciosa** com casquinha caramelizada!



#100 ANOS

ONTEM,
HOJE E
SEMPRE!



SAIBA MAIS EM:
[@biscuitosaymore](https://www.instagram.com/biscuitosaymore)



DUPLA COMEMORAÇÃO



Alexandre Poni
Presidente do Conselho
Diretor da AMIS

Dois temas dividem a mensagem aos leitores nesta edição tão especial de GÔNDOLA: a Superminas 2024 e o aniversário de 30 anos da revista que faz parte da vida de todos do setor supermercadista, informando e inspirando.

Os dois assuntos trazem grande contentamento e nos levam a um só lugar, que é o incansável trabalho realizado pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS) no cumprimento de sua missão de apoiar, defender e desenvolver o setor.

GÔNDOLA, neste setembro, chega a seu 30º. ano de circulação ininterrupta. Seja na versão impressa ou na digital, comemora o aniversário mais forte do que nunca: é dona de um público fiel e conquista novos leitores todos os dias, como comprovam recordes recentes de quantidade de páginas, reportagens e anúncios.

Desde sua criação – em 1994 até os dias de hoje – é uma importante aliada do supermercadista. Aliás, a história do setor em Minas, no Brasil e no mundo, passa pelas páginas de GÔNDOLA.

Não importa o porte da empresa, o supermercado está presente nas reportagens e no foco de seu amplo e robusto conteúdo, que inclui de coberturas internacionais, a histórias de pequenas empresas no interior de Minas, entre muitos outros temas que contribuem para o sucesso do setor.

Parabenizo e agradeço a todos os envolvidos na produção da GÔNDOLA e apresento meus votos e a certeza de que a revista seguirá, cada vez mais forte e atuante, na sua jornada em prol do setor.

Agora falarei da Superminas 2024, ou seja, da 36ª. edição desse megaevento, o que também comemoramos.

Na verdade, a Superminas 2024 está batendo às nossas portas e nos convidando e lembrando que, de 22 a 24 de outubro, o Expominas, em Belo Horizonte, se transformará, novamente, na casa do supermercadista. Como disse em outra oportunidade, todos estarão lá e você não pode faltar.

É a hora em que o supermercadista encontra o tempo que nunca tem (sei disso muito bem, pois atuo no dia a dia do Verdemar), e reserva sua atenção para a oportunidade gigante de atualização, conhecimento, relacionamento e negócios, representada pela Superminas.

Ainda dá tempo de você se inscrever (www.superminas.org.br) e se preparar. Não deixe a oportunidade passar. Sua equipe é bem-vinda também! Contamos com vocês lá!

Nos vemos no **Superminas 2024!**
Qualidade, Frescor e Inovação.

Venha conhecer nossos produtos e novidades
no **Superminas 2024**. Visite nosso stand e
descubra o melhor em ovos, batatas, cebolas e
alho, diretamente do campo para sua mesa.

Local: Expominas - Av. Amazonas, nº 6.200 - Bairro
Gameleira - CEP 30510-000 - Belo Horizonte/MG





CONFIANÇA E EXPANSÃO

ESSENCIAL E UM DOS MAIS IMPORTANTES NO CRESCIMENTO ECONÔMICO DO ESTADO E DO PAÍS, SETOR SUPERMERCADISTA CRESCE E, COM ISSO, PUXA JUNTO A EXPANSÃO DA INDÚSTRIA FORNECEDORA. CRESCIMENTO DA ECONOMIA, COM REDUÇÃO DE DESEMPREGO E AUMENTO DOS INVESTIMENTOS, TAMBÉM SINALIZA BONS VENTOS PARA O SETOR PRODUTIVO

Adenilson Fonseca

O Produto Interno Bruto do País no segundo trimestre foi projetado pelo mercado em crescimento médio de 0,9%, mas veio em 1,4 %. Em Minas Gerais, no primeiro semestre do ano houve expansão de 2%, segundo a Fundação João Pinheiro (FJP). O Governador Romeu Zema atribuiu o crescimento à chegada de investimentos e à confiança dos empresários. “...Novos negócios estão chegando para ampliar as oportunidades

para quem quer trabalhar e empreender”, ressaltou, na ocasião.

No estado, de 2019 a agosto de 2024, os investimentos privados totalizaram R\$ 448 bilhões, de acordo com a secretaria estadual de Desenvolvimento Econômico (SEDE-MG). A taxa de desocupação no estado foi de 5,3%, no segundo trimestre, abaixo da média nacional, de 6,9%. O bom ambiente econômico traz maior confiança ao setor produtivo, que aumenta seus investi-

mentos. É o que ocorre no setor supermercadista, com expansão e modernização em todos os portes de empresas.

No início de setembro, a rede Uberaba Supermercados inaugurou, em Vespasiano, na Grande BH, a sétima loja da bandeira, que demandou mais de R\$ 20 milhões. O Diretor Comercial da empresa, Francisco Silva, a chamou de “a melhor loja” da bandeira, tanto em dimensões, quanto em sortimento, visual e instalações em geral. São 3,5 mil metros quadrados de área de venda e 19 checkouts.

ALÉM DA LOJA

Investimentos desse porte, para uma rede até então com seis lojas, mostram o quanto o setor supermercadista mineiro tem crescido e se modernizado. São empreendimentos que vão além da loja em si, e impulsionam o desenvolvimento



de toda uma região. É o caso, por exemplo, do Mart Minas e Dom Atacadista em constante crescimento tanto em Minas Gerais, quanto no Rio de Janeiro. Em agosto, a rede inaugurou uma loja, em Betim, na Grande BH. Com amplo estacionamento e localização estratégica, o complexo construído terá mais um atrativo: uma unidade da Obramax, atacadista nacional de materiais de construção.

O prefeito de Betim, Vitorio Medioli, presente à inauguração, ressaltou a importância da nova loja. “O Mart Minas veio ser nosso parceiro geran-

Na página ao lado, veículos de carga em rodovia em MG; acima, movimentação de consumidores em supermercado mineiro. Dois indicativos de bons ventos na economia e no setor

NOVA

VINÍCOLA DESDE 1929



Brinde o encontro perfeito entre passado e futuro!

Chegou NOVA - Vinícola desde 1929, a marca mãe de vinhos finos e espumantes da Nova Aliança Vinícola Cooperativa. Com quase um século de tradição, estamos transformando a produção, o manejo e a elaboração para escrever os próximos capítulos de nossa história.

Conheça agora!

do emprego, desenvolvimento e soluções na região”, disse. Na oportunidade, ele falou também de outro empreendimento de grande relevância para a cidade e o estado. É o aeroporto de Betim, com previsão para entrar em funcionamento em 2026. “É uma obra grandiosa, que vai mudar a região. Imaginamos um crescimento exponencial aqui nos próximos dois anos”, projeta.

EXPANSÃO

Prestes a inaugurar sua 17ª loja, o Verdemar mantém investimentos tanto em expansão quanto na constante agregação de novidades ao mix. Além do empreendimento na região sul de



Belo Horizonte, que vai gerar centenas de empregos diretos, a empresa aumenta as parcerias para o apoio aos pequenos fornecedores, que têm na rede supermercadista um grande incentivador do crescimento e do desenvolvimento. Um exemplo disso é o apoio ao já tradicional concurso dos “Cafés Campeões Verdemar”, uma parceria com o Governo de Minas, por meio Emater-MG, pela qual a rede adquire e coloca em suas gôndolas os cafés com altas notas no concurso, incentivando assim a melhoria contínua da qualidade do grão e mudando para melhor a vida de muitos produtores e da economia regional pelo interior do estado.

Outra ação nesse sentido é a parceria com o fundo de aceleração de marcas Brands Partners e a plataforma Local.e, com o objetivo de identificar pequenos e novos produtores do segmento alimentar, com grande diferenciação e potencial de aceleração. “Uma das grandes dificuldades de marcas iniciantes e de pequenos produtores é conseguir acessar grandes varejistas. Isso faz com que produtos de qualidade não cheguem ou encontrem muita dificuldade para chegar ao consumidor final. Nosso objetivo é facilitar essa conexão e ser uma ponte entre estes produtores e o mercado”, disse, à época, o diretor Comercial da rede, Alexandre Poni.

Expansão tem sido também a marca da rede Epa, do Grupo DMA, que só em junho deste ano inaugurou 15 unidades, incluindo a tradicional bandeira Epa Plus e a Epa Premium, lançada no final de 2023. Outra bandeira do grupo, o Mineirão Atacarejo, também não para de expandir, com a mais recente inauguração em Guanambi, na Bahia, em setembro.

Com previsão de agregar mais 15 lojas à rede em 2024, o Supermercados BH inaugurou lojas tanto em Minas Gerais, como no Espírito Santo. Em solo mineiro, foram duas lojas em Belo Horizonte e várias outras no interior, com a chegada a novas cidades, como em Itaúna, no Centro-Oeste, e Boa Esperança, no Sul, e ampliação da presença onde já operava. É o caso de Uberlândia, Divinópolis e a mais recente loja, em Curvelo.

Também em expansão, o Grupo Supernosso deve inaugurar, em outubro, mais duas lojas, uma no centro de Belo Horizonte e outra na região da Pampulha. No digital, o crescimento foi de mais de 50%, no primeiro semestre. O grupo trabalha com meta de chegar ao faturamento de R\$ 10 bilhões ao ano até 2030, frente aos R\$ 4,14 bilhões no encerramento de 2023.

O crescimento pelo interior marca também a atuação de outros dois grandes grupos mineiros: o ABC, com sede em Divinópolis, e o Bahamas, de Juiz de Fora. O ABC, com maior presença no Centro-Oeste, no Sul e na região do Triângulo e Alto Parnaíba, atua nos formatos de

Cereal Infantil

papapá

A PARTIR DE
+6
meses

Sem açúcar e com amor,
como deve ser!



Multicereais

Sachê 500g
Sachê 170g
Caixa 170g



Aveia & morango

Sachê 170g
Caixa 170g



Aveia, banana & ameixa

Sachê 170g
Caixa 170g

- ♥ Fonte de cálcio, magnésio e fósforo
- ♥ 100% Natural: Cereais, Frutas e mais nada
- ✗ Sem conservantes, corantes e aromatizantes

SEM
Açúcar
ADICIONADO*

Portfólio Completo 20+ itens com
sucesso nacional comprovado em
7.000+ lojas, como:



Entre em contato com a nossa Gerente
Regional para agendar uma visita

Fabio Farignoli
Gerente Regional
(41) 99661-6956
comercialn@papapa.com.br

Accese e converse no Whatsapp

Accese e mande um e-mail



atacado e varejo, de hipermercados e supermercado tradicional, além dos segmentos de postos de combustível e de drogarias.

TRIÂNGULO E ZONA DA MATA

Já o Bahamas tem forte atuação também no Triângulo e Alto Paranaíba, no Campo das Vertentes e na Zona da Mata, onde anunciou em agosto, a entrada em mais uma cidade. Será a estreia em Lima Duarte com um complexo que vai abrigar o Bahamas Mix, marca de atacarejo do grupo, e o Bahapet, bandeira de produtos pet e de jardinagem.



Exemplo de produtos de limpeza mineiros bem posicionados no mercado e nas gôndolas das lojas de Minas

A rede Supermais, central de negócios com escritório e centro de distribuição em Juiz de Fora e mais de 30 lojas presentes na Zona da Mata, inaugurou, em junho, um centro de distribuição, com 5,5 mil metros quadrados, com o objetivo de impulsionar ainda mais o crescimento da rede. “Toda essa estrutura permite que nossas lojas estejam muito competitivas com produtos de qualidade e preços baixos”, avalia o presidente da rede, Cláudio Fonseca Caetano.

Por falar em grandes empreendimentos, em setembro, a rede Assaí, abriu mais uma loja em Minas Gerais. Localizada em Juiz de Fora, tem 5,4 mil m² de área de loja, com 26 caixas, incluindo

seis terminais de autoatendimento. O sortimento é composto de cerca de 9 mil itens.

DOBRAR DE TAMANHO

Quem também comprova esse bom momento do setor é a rede Oliveira Super, com sede em Nova Serrana. Das quatro lojas no primeiro semestre, a previsão é de chegar a oito até o final do ano. Só em setembro, foram três inaugurações. “O Oliveira vem trabalhando há alguns anos, construindo uma base e a gente conseguiu chegar à cidade de Perdigoão, depois em Carmo do Cajuru. Hoje, estamos aqui em Oliveira e no final do mês estamos chegando a Carmópolis de Minas”, disse o sócio-diretor da empresa, Ronaldo Oliveira.

A expansão movimentou também a geração de empregos e o crescimento de parceiros comerciais. “A gente dá essa oportunidade para o produtor rural que está aqui próximo, a indústria pequena, que está começando na região e que a cidade valoriza, porque conhece a marca”, informa.

Por falar em forte crescimento, não se pode deixar de citar a expansão do Via Bahia, que vai passar de duas lojas para cinco em 2024. No final de junho, a empresa inaugurou uma unidade na região Centro-Sul da Capital e, ainda este ano, serão mais duas: no bairro Floresta e no Horto, região Leste da cidade. “Nós compramos três lojas que eram da rede Dia, estamos na expectativa de replicar nosso conceito de loja de vizinhança para essas três lojas” disse o sócio-proprietário, Leonardo Flores. “Essa negociação veio de oportunidade. Não é uma loucura, não é uma aventura do Via Bahia sair de duas para cinco lojas”, avisa.





Crescer atendendo o mercado de Belo Horizonte e Grande BH é estratégia também da rede Meu Prata. E foi um crescimento exponencial. A empresa fechou o ano de 2023 com 12 lojas e, até setembro, já são 23 unidades e com previsão de mais duas inaugurações ainda em 2024. Observa-se também um crescimento sustentável das indústrias regionais de grande, médio e pequeno porte, que estão cada vez mais presentes nas redes de supermercados.

apreciare

**A linha Appreciare Kefir,
sucesso de vendas, acaba de
ganhar dois novos sabores:**

Mel, Cúrcuma e Gengibre - Morango com Grãos



-  Sabores **inovadores**;
-  Margem de **lucro** atrativa;
-  Embalagem **promocional**;
-  Categoria com **alta demanda**.



Conheça a linha completa
Também disponível nas versões: natural e cranberry.



Fale com a equipe comercial.

📱 @apreciarebr 🌐 www.apreciare.com.br

Vista aérea de CD da rede Supermais, da Zona da Mata. Exemplo de investimentos do setor supermercadista



FÁBRICA DO FUTURO

Para atender a demanda advinda do crescimento do setor supermercadista, a indústria responde com mais investimentos e inovação. Um exemplo é a UAU Ingleza, que, conta o gerente Nacional de Excelência Comercial, Alberto Diniz, está “em ritmo acelerado de evolução” com crescimento consistente acima da inflação nos últimos anos, o que se repete em 2024. “Estamos focados em atender melhor nossos clientes por meio da inovação em soluções de limpeza, excelência operacional e comercial, relacionamentos e geração de valor para toda a cadeia de distribuição”, explica.

Com quase 65 anos de história, a empresa continua em transformação e se adaptando às mudanças para “compreender e atender” clientes e consumidores finais e fortalece as parcerias com clientes atuais e expande pontos de contato com consumidores em novas áreas e novos mercados. “Nossa estratégia inclui identificar oportunidades de crescimento e otimizar a presença de nossos produtos nas prateleiras dos supermercados, garantindo soluções inovadoras que atendam às demandas em constante evolução dos consumidores”, detalha Diniz.

Ele conta que a empresa tem planos de expandir a capacidade fabril nos próximos cinco anos, incluindo a construção da “Fábrica do Futuro”, um projeto disruptivo que, diz ele, deve revolucionar o conceito de indústria neste segmento e irá tracionar os resultados rumo à excelência operacional e comercial com foco no cliente. “Esse movimento já é uma realidade. Adquirimos equipamentos de ponta, estamos aprimorando toda a cadeia de distribuição e aceleramos na digitalização dos processos”, completa.

A UAUIngleza projeta crescimento acima da média do mercado nos próximos cinco anos, confiante na “excelência comercial para aumento de vendas, atendimento ao cliente e excelência operacional”. “Essas iniciativas são fundamentais para que possamos acompanhar e tirar proveito do crescimento econômico, especialmente em um mercado dinâmico como o setor supermercadista mineiro”, afirma Diniz.

LÁCTEOS

A Trevo Lácteos é mais uma companhia a apostar nos bons ventos para impulsionar seu crescimento. Desde a entrada da Erhmann, gigante alemã do ramo de laticínios, que adquiriu 51% da

empresa em 2018 e, no ano passado, concluiu em 100% a aquisição, foram altos os investimentos em modernização da fábrica, lançamento de produtos, expansão da equipe e abertura de mercados.

No início de 2024, a Trevo Lácteos recebeu aportes de R\$ 100 milhões em maquinários, parque fabril, novos produtos e estratégia de expansão. Até o final deste ano, a companhia projeta crescimento de 100% em relação a 2018, com o faturamento chegando a R\$ 400 milhões, com meta de chegar R\$ 1 bilhão até 2027. "A parceria com a Erhmann trouxe à Trevo expertise em gestão, tecnologia e inovação. A marca pretende ser uma das maiores do país na sua área de atuação", conta o CEO, Guilherme Gama.

CAFÉ

Presente em mais de 400 mil pontos de venda no país e exportando café para os principais mercados da América Latina e dos Estados

Unidos, a 3 Corações é outra grande fornecedora do varejo supermercadista a investir em seus produtos, na distribuição e em novidades para o consumidor. Em maio, por exemplo, inaugurou, em Varginha, o Centro Rituais de Cafés Especiais 85+, com o objetivo de estreitar laços com o produtor, valorizar o cultivo dos cafés especiais sustentáveis e promover novas experiências de consumo.

O objetivo é ser parceiro dos produtores de café em diversas frentes, como compartilhar conhecimento e na comercialização. "O Centro Rituais é a materialização desse sonho, evidencia nossos esforços para gerar impacto positivo, reconhecimento e prosperidade para todos", explicou, à época, o presidente do Grupo 3Corações, Pedro Lima.

Para acompanhar esse bom momento e as tendências de consumo, em meados de setembro, a empresa lançou três novas cápsulas compatíveis com a solução Nespresso. Os espresos Máximo Intensidade 13, Regiões do Mundo



Flamboyant

EM TODA CASA TEM!

PARABÉNS, REVISTA GÔNDOLA!

São 30 anos de dedicação e empenho em registrar a história do setor supermercadista.

A revista se transforma, evolui e prospera, acompanhando de perto este setor tão fundamental para o desenvolvimento do país. Temos muito orgulho de fazer parte dessa trajetória de sucesso.

Que venham novos desafios!

Siga a gente:
@produtosflambcyant



Colômbia e Regiões do Mundo Peru, que já estão disponíveis em todos os pontos de venda. No início de setembro, a companhia já havia anunciado mais uma novidade, o Cappuccino Lovers, com a cápsula na versão Napolitano.

PANIFICAÇÃO

“A Marquespan vive um momento de expansão e crescimento contínuos, consolidando-se como a maior fabricante de pães congelados do Brasil”, é assim que o Gerente de Operações



da empresa, Júlio César Guiselini, resume o atual estágio da companhia que, nos últimos anos, tem reforçado a presença em mercados estratégicos e ampliado seu portfólio, com destaque para as recentes aquisições da Trigo Arte, em Minas Gerais, e da Bread Alimentos, no Mato Grosso do Sul. “Essas aquisições não só ampliam a capacidade produtiva, como também fortalecem nossa posição no mercado regional, expandindo nossa influência em territórios de grande relevância”, ressalta.

Para acompanhar os “bons ventos” da economia, a Marquespan tem se posicionado de forma proativa para atender às novas demandas. “O aumento do consumo de alimentos congelados, que vem sendo impulsionado por mudanças nos hábitos alimentares e pela busca por conveniência, é um dos

motores que impulsionam nossa estratégia”, ilustra Guiselini. A empresa tem investido em inovação, melhoria de processos e desenvolvimento de produtos para oferecer soluções práticas e de qualidade.

No embalo desse crescimento, a empresa deve inaugurar em abril de 2025, a planta industrial em Tatuí (SP). Além disso, a fábrica de Gravataí, Rio Grande do Sul, passará por expansão “significativa”, com término previsto para abril de 2026. “A Marquespan está comprometida em acompanhar o crescimento econômico do país, investindo em tecnologia, infraestrutura e, sobretudo, na qualificação de sua equipe” afirma o gerente. “A visão de futuro da empresa é clara: estar sempre à frente, oferecendo produtos que façam parte da vida dos consumidores e contribuam para o desenvolvimento da cadeia de produção alimentícia no Brasil”, finaliza.

NOVA PLANTA

Falar em expansão é falar também da Start, outra empresa mineira com forte presença no varejo supermercadista em praticamente todo o Brasil. Completando 37 anos de mercado, a empresa do Grupo Lima & Pergher, com sede em Uberlândia, dá mais um grande passo na sua trajetória de crescimento ao inaugurar mais uma planta industrial com 250 mil metros quadrados, na maior cidade do Triângulo Mineiro. Esta nova planta se dedica à produção de soluções para limpeza e cuidados domésticos das marcas como Azulim, Tuff, Vorel, Alumil, dentre outras que possuem forte tradição no varejo.

Para ter uma fábrica que atenda às necessidades dos clientes e ao mesmo tempo seja ambientalmente sustentável, alinhado à cultura da Start, de máxima eficiência no uso dos recursos, a empresa adota novas tecnologias para reduzir ao mínimo o consumo de água, resinas e combustíveis de fontes não renováveis. “Isso, somado a outras iniciativas, nos habilitou a receber o selo SGS de empresa Sustentável, que é concedido a empresas que seguem normas rígidas nas áreas ambientais, sociais e de governança”, explica o vice-presidente Marcos Pergher. 🛒



SEGMENTAÇÃO: DECIFRA-ME OU DEVORO-TE

Desde o antigo mito grego “O Enigma da Esfinge” – que observava atentamente cada viajante que passava pelo portal da cidade de Tebas – vivenciamos até nos dias de hoje esses desafios em relação aos dilemas diante das mudanças no comportamento e no ciclo da vida humana e seu impacto na competitividade das organizações.

A famosa frase que apresentava um misterioso ultimato – “Decifra-me ou devoro-te” – despertava a reflexão sobre o caminho a ser tomado após decifrar ou não o enigma, e em alguns casos pagando com a própria vida. Hoje, milênios depois, a solução da charada ainda atormenta a comunidade de varejo, quando nos deparamos com essas situações de impasse.

A MATRIZ RFM

No setor varejista, um dos impasses é a escolha do melhor critério para segmentação ou clusterização dos *shoppers*. Uma metodologia que vem ganhando espaço no ambiente digital é a Matriz RFM, que teve sua origem nas décadas de 60 e 70, quando foram aplicadas pelas empresas de marketing direto para entender melhor o comportamento dos clientes, através da análise das transações (notas fiscais).

Ao analisar os hábitos de compras do *shopper*, os tomadores de decisão da época concluíram que analisar apenas um critério era insuficiente para tomada de decisões mais assertivas. Diante deste dilema, foi estruturada uma metodologia que utilizava três critérios: **Recência** (R), **Frequência** (F) e **Valor Monetário** (M) dos tickets (cupons fiscais) emitidos.

CRITÉRIOS	DESCRIÇÃO
RECÊNCIA (R)	Mede o tempo da compra atual em relação a última compra do shopper.
FREQUÊNCIA (F)	Mede a frequência de compra no período que um shopper fez compras.
VALOR MONETÁRIO (M)	Mede o valor total gasto pelo cliente.

A Matriz RFM é utilizada amplamente para mapear e definir os **11 arquétipos** do *shopper*, permitindo que as empresas elaborem, a partir daí, suas estratégias de marketing hiperpersonalizadas.

A EVOLUÇÃO DOS CRITÉRIOS

Diante dos novos cenários, identificamos que os resultados obtidos apresentavam diferentes *insights* diante do perfil da loja, como por exemplo: atacarejos e supermercados. Tais resultados precisaram ser analisados e refinados no que tange aos critérios da metodologia inicial da RFM, sendo necessário incluir novos critérios em sua modelagem, como a **margem de contribuição, número de SKU's na cesta do shopper** e o **valor médio das SKU's**.

Após incrementar essas variáveis no modelo inicial, nos deparamos com um novo desafio, o de interpretar os novos arquétipos conforme os perfis de *shoppers*; afinal, os clientes recorrentes que gastam todo seu orçamento para **alimentação dentro do lar** na sua loja precisam ser tratados diferentemente de outros perfis de *shoppers* que compram **itens promocionais** em maior quantidade/volume, mas que no final apresentam o mesmo valor de compra, frequência e recorrência.

Se você está buscando uma forma de segmentar seus clientes, a metodologia proposta pela Matriz RFM é uma excelente iniciativa, mas diante das constantes mudanças no perfil da sociedade e do contexto da área de influência e perfil da sua loja, faz-se necessário obter conhecimentos em busca de uma nova inteligência competitiva.

Afinal, é a avaliação sobre experiência da última compra que mais influenciará a escolha do próximo local de compra. E você já decifrou o enigma do seu *shopper*: **“decifra-me ou devoro-te”**.

SEVAR DO CENTRO-OESTE

atrai participantes de 59 cidades

CONFIRMANDO O ÊXITO DAS EDIÇÕES ANTERIORES, O SEVAR EM DIVINÓPOLIS REGISTROU CRESCIMENTO DE 35,8% EM PARTICIPAÇÃO

Dayane Lima

Realizado no clube CELAC, em Divinópolis, nos dias 28 e 29 de agosto, o *Super Encontro Varejista do Centro-Oeste (SEVAR)* reuniu empresários supermercadistas, fornecedores e profissionais do varejo de 59 mu-

nicipios. Foram 1.695 participantes, um total de 35,8% a mais que no ano anterior.

O evento, organizado pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS), teve parceria da Câmara de Dirigentes Lojistas de Divinópolis (CDL-



O Sevar do Centro-Oeste foi realizado em Divinópolis e reuniu 1.695 pessoas, que participaram de reuniões, palestras e uma movimentada feira de negócios



Acima, autoridades, lideranças e dirigentes da AMIS na cerimônia de abertura do Sevar do Centro-Oeste

-Divinópolis), do Sebrae Minas e da Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (SEDE-MG).

Durante os dois dias, o SEVAR proporcionou aos participantes palestras, ofereceu momentos de reflexão e aprendizado por meio de um *talk show* e debates sobre desafios e tendências do setor. Além de um espaço para mostra de fornecedores, em ambiente destinado a exposição de marcas, lançamentos de produtos, realização de negócios e relacionamento comercial.

No primeiro dia do evento, os representantes supermercadistas participaram de uma reunião de Lideranças Regionais com o Presidente Executivo da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), Antônio Claret Nametala. Este encontro contou com a presença de fornecedores e parceiros e teve como objetivo discutir questões essenciais para o setor.

Na sequência, os participantes assistiram a um *talk show* exclusivo, que proporcionou uma rica troca de experiências e *insights* sobre o cotidiano dos supermercadistas. Como moderador, Claret conduziu o debate sobre "Experiência do cliente e a competitividade em um mundo globalizado", levando seus debatedores convidados – o sócio e diretor comercial do Painão Supermercados e VPR da AMIS em Pará de Minas, Daniel Chaves Peixoto; o Presidente do Grupo ABC, Valdemar Martins do Amaral e o Sócio-Proprietário do Supermercado Fidélis e VPR da AMIS em Bom Despacho, Fábio Teixeira Campos – a apresentarem suas experiências em seus negócios.

Presidente Executivo é homenageado durante abertura

Durante a abertura do evento, Orozimbo Libério e Dolores Fonseca subiram ao palco para homenagear o Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala, em reconhecimento ao apoio significativo que a entidade tem oferecido à Rede União de Supermercados e seus associados. Claret foi agraciado com uma placa que continha a seguinte mensagem: "Agradecer é uma das formas mais bonitas de reconhecer o esforço do outro. Por isso, a Rede União vem a público reconhecer o compromisso incansável da AMIS, através de seu Presidente Executivo, Antônio Claret Nametala, em fortalecer o segmento supermercadista de Minas Gerais, trabalho que resulta em um impacto positivo para o setor".



Emocionado, Claret agradeceu, em nome da AMIS, o gesto carinhoso, ressaltando que o trabalho realizado é fruto de equipe, que sozinho ninguém faz nada. "A AMIS é uma associação atuante e presente, que não mede esforços para contribuir com o que o setor e a comunidade precisam", ressaltou Claret.

Logo depois, os participantes do SEVAR tiveram a oportunidade de assistir a duas palestras com os especialistas Renis Rocha e Rafael Haddad. Eles compartilharam *insights* valiosos sobre o desenvolvimento de lideranças e colaboradores, abordando estratégias para transformar os funcionários em verdadeiros embaixadores da marca.

Claret conseguiu extrair experiências valiosas de seus convidados, proporcionando *insights* práticos e relevantes para os profissionais presentes, que podem aplicar essas lições em seus próprios negócios.

ABERTURA OFICIAL

Durante a abertura oficial do evento, o Vice-Presidente Regional da AMIS em Divinópolis, Adriano Ferreira, fez um discurso acolhedor em que cumprimentou todos os presentes e expressou seu agradecimento às autoridades que compareceram. Adriano ressaltou o empenho e a dedicação da AMIS na organização do evento, bem como a valiosa participação dos fornecedores presentes. Ele enfatizou a importância de estarem atentos às tendências de consumo e de buscar evolução contínua através do aprendizado, do relacionamento e da troca de experiências.

Em seguida, Antônio Claret saudou a todos os presentes e expressou sua gratidão às autoridades, patrocinadores e ao prefeito de Divinópolis, Gleidson Azevedo. Claret reiterou o convite para que todos participem da Superminas 2024, que acontecerá nos dias 22, 23 e 24 de outubro, no Expominas, em Belo Horizonte.

Além disso, destacou que o tema da AMIS para 2025 será revelado durante a grande feira. Ele também mencionou as oportunidades de emprego disponíveis em diversos setores dos supermercados, ressaltando as chances de crescimento profissional para pessoas de todas as idades.

EXPOSITORES DO SEVAR CENTRO-OESTE

Anchieta; Avanço; Avivar; Backup; Biscoito Caseirão; Certacon; Codil; Copet; Danper; Divigula; Diviníssimo; Fonte Boa; Forno de Minas; Gestão Engenharia; Gorgulho; Granja Indaiá; Katucha; Laurenti; Mart Minas; Marquespan; Master gourmet; Pazotti; Plaslummy; Prosegur; Qualiseg Seguros; Real distribuidora; Recheosa; Rp info; Tati Minas; Tatika; Trigo & Cia, UAUInglesa; Wolfs.





Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios (CMON)

Em sua nona edição neste ano, o Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios (CMON) trouxe para o SEVAR 16 pequenos empreendedores que tiveram a oportunidade de apresentar seus produtos a compradores e diretores de redes supermercadistas. Essa interação gerou oportunidades para que possam se tornar fornecedores dos supermercados.

O CMON é um projeto realizado em parceria entre AMIS, Sebrae-MG e a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (SEDE).

O Gerente de vendas da Soufit Alimentos Naturais, Guilherme Campos, apresentou sete sabores de granola na exposição. Ele destacou a excelente organização do evento e o impacto positivo da experiência: “Tive a oportunidade de conhecer diversos lojistas que não estavam no meu radar de vendas. Além disso, já fechei alguns negócios diretamente na feira e tenho outras visitas agendadas para os próximos dias”, relatou.

A Sócia-proprietária da empresa De Búfala Natural, Maria Rosário Cardoso Cançado Figueiredo, trouxe uma seleção de queijos para a feira, incluindo mozzarella de búfala, burratas, parmesão de búfala, queijo Mediterrâneo e queijo Oli. Ela observou que a feira proporcionou maior visibilidade para seus produtos e já tem três negócios encaminhados como resultado da participação.

EXPOSITORES DO CMON

Açaizinho; A Família Mirabela; Brasil Fit Gourmet; Cooperativa dos Produtores de Cachaça de Alambique da Região Calcaria Ltda; COOPRAFAD-Cooperativa dos Produtores da Agricultura Familiar de Divinópolis e Região; Dateta Indústria e Comércio Ltda; De búfala natural; Divina Congelados LTDA; Fürst Bier Empreendimentos Ltda; Indústria e Comércio Ariana LTDA; Mineira Alimentos; Mió de Minas; Naturapis Produtos da Abelha LTDA; Soufit Alimentos Naturais e Sinta-sel Fermentados Kombucha.

PATROCINADORES DO SEVAR CENTRO-OESTE

Gestão Engenharia; Gorgulho; Mart Minas; Marquespan; Prosegur; Trigo & Cia; Qualiseg Seguros; UAUInglesa.

AÇÃO SOCIAL

Durante o evento, a AMIS realizou uma campanha beneficente em prol do Lar das Meninas, centro de convivência infantil. Foram arrecadados 890 quilos de alimentos e entregues diretamente a representantes da entidade ao final do Sevar. 🛒

PREPARE-SE! A SUPERMINAS 2024 CHEGOU!

O MEGAEVENTO DO SETOR SUPERMERCADISTA ESTÁ CHEIO DE NOVIDADES IMPERDÍVEIS, COM PROGRAMAÇÃO DIVERSIFICADA EM CONHECIMENTO E UMA FEIRA COM EXCELENTES OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

Nesta e nas páginas seguintes, imagens da Superminas 2023. A Superminas 2024 terá ainda mais novidades e provalmente novos recordes

Dayane Lima





Em sua 36ª edição, a *Superminas Food Show*, a segunda maior feira do setor supermercadista do Brasil promete uma atraente e diversificada programação para atender o público do varejo supermercadista nos dias 22, 23 e 24 de outubro, no Expominas (Avenida Amazonas, 6.200), em Belo Horizonte.

É a Superminas 2024 que chegou!

O evento, que ocupa uma área de 36 mil metros quadrados, é considerado a maior feira empresarial do estado e a segunda maior supermercadista do país. Oferece ambiente perfeito para atualização profissional, realização de grandes negócios e conexões no varejo, especialmente nos segmentos supermercadista e de padarias.

Com a participação de expositores regionais, nacionais e internacionais, a Superminas proporciona um ambiente para exposição de marcas, lançamentos de produtos, onde os participantes podem estabelecer contatos valiosos e explorar novas oportunidades de negócios. O evento oferece uma visão abrangente das tendências atuais e futuras do mercado de varejo, ajudando os profissionais a se atualizarem sobre as últimas novidades e melhores práticas.

Organizada pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS), a Superminas tem o apoio





do Governo de Minas, por meio da Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico (Sede-MG) e do SEBRAE-MG, além de diversas entidades empresariais e governamentais do estado, como CEASA, Fecomércio/Senac/Sesc e FAEMG/SENAR, entre outras.

No ano passado, a Feira e o Congresso reuniram 580 empresas expositoras e mais de 60 mil participantes, gerando um volume de negócios de aproximadamente R\$ 2,5 bilhões. A Superminas é uma estratégica porta de entra-

da para os empresários que desejam se destacar em seus negócios, tornando-se uma vitrine para grandes oportunidades. É o que destaca o proprietário do Supermercado Vidal, de Manhumirim, Mauro Lúcio Vidal: “Nossa expectativa é sempre alta, pois a cada ano a Superminas se reinventa, trazendo novas oportunidades e nos conectando com as melhores indústrias do país. As inovações do setor supermercadista e as excelentes palestras contribuem significativamente para aprimorar nosso relacionamento com fornecedores e clientes”.

NOVIDADES

Uma das grandes novidades deste ano é o Pavilhão “Vem de Minas”, que ocupa o espaço redondo, anteriormente conhecido como “Minas 360”. Este novo nome simboliza não apenas uma mudança, mas um compromisso renovado com a identidade mineira e com o suporte às pequenas e médias empresas, que são o verdadeiro coração de Minas Gerais.

Um é pouco, dois é bom, três vende mais.

Quer saber como vender mais
em três passos? É fácil: Polenta Palito,
Anéis de Cebola e Batatas Carinhas.

Tenha sempre esse trio Bem Brasil no freezer
e ofereça mais variedade, sabor e qualidade
a seus clientes. É sucesso garantido
e vendas lá em cima!



@ bembrasilfood
@ batatasbembrasil



Entre em contato para
abastecer
seus estoques.

*Nielsen 2023

BemBrasil
Alimentando bons momentos



O “Vem de Minas” tem uma área de 4.090 m² e foi criado para destacar e apoiar as indústrias genuinamente mineiras, sejam elas iniciantes ou em expansão, que fornecem produtos para o varejo supermercadista. O objetivo é valorizar essas empresas e facilitar sua integração com o mercado, expondo o que há de melhor em produtos, serviços e tecnologia no estado.

A Feira oferece ainda outros dois pavilhões: o “Minas”, que abrigará estandes de grandes empresas como AMBEV, P&G, Cervejaria Brussels, Flores de Holambra, além de outras. Já no Pavilhão “Gerais”

os visitantes poderão encontrar as empresas Heineken, Mercês Pão de Queijo, Bimbo do Brasil, Ay-moré, Toledo, Vilma, Marquespan e muitas outras.

O Vice-Presidente regional da AMIS e Diretor-Presidente da Consul Cooperativa, Adilson Yukishigue Suda, enfatiza a importância de participar da Feira, reconhecendo-a como o maior evento supermercadista de Minas Gerais. “A Superminas é uma oportunidade única para adquirirmos novos conhecimentos através de palestras e debates, além de fortalecer conexões para firmarmos grandes negócios. Todos os anos, a Superminas traz mais novidades em tecnologia, equipamentos e produtos para o setor. Sob a organização impecável da AMIS, o evento continua a crescer e a nos surpreender, consolidando-se como um verdadeiro negócio de oportunidades no nosso mercado”, diz Suda.

Ele complementa: “Estamos ansiosos para aproveitar ao máximo tudo o que esta edição tem a oferecer, sabendo que será, mais uma vez, um marco no nosso calendário e um grande impulsor para o futuro dos nossos negócios”.



Macromaq chega a Minas Gerais trazendo confiança, tecnologia e pós-venda sob medida para o cliente.

A Macromaq tem uma história de força e inovação desde sua fundação há 46 anos, e agora dá um novo e importante passo: **Belo Horizonte é a sua nova casa!** Com uma nova estrutura em Minas Gerais, a empresa passa a ficar ainda mais perto do cliente, trazendo todo o seu *know-how* em equipamentos de movimentação de cargas e soluções intra-logísticas, consolidando sua trajetória de sucesso e expertise que a tornaram líder de mercado.

Com matriz em **São José - SC**, e filiais em **Chapecó, Joinville, Curitiba, Itupeva** e agora Belo Horizonte, a **Macromaq é Distribuidor Oficial das Empilhadeiras Hangcha no Brasil e com exclusividade no território mineiro, e Master Dealer Brasil da Hangcha Plataformas.** O Grupo Hangcha é o **oitavo maior fabricante de empilhadeiras do mundo** em faturamento, e Top 3 Mundial em volume de máquinas, oferecendo soluções que priorizam a **eficiência energética** e a **sustentabilidade**. A Macromaq também comercializa pneus industriais da marca **BKT**, fabricante de pneus com presença mundial e **preços altamente competitivos**.

A empresa atua também no mercado de **locação**, possuindo uma frota atual de **2,5 mil equipamentos locados**, oferece amplo estoque de peças, equipe técnica especializada com foco no atendimento ao cliente, e tem uma frota robusta de mais de 150 veículos de serviço e 30 carretas à disposição das demandas exigidas. Neste momento, a empresa passa por um processo de expansão exponencial, com a meta de atingir **5 mil máquinas locadas** nos próximos três anos e **R\$ 1 bilhão em faturamento anual**, consolidando-se como referência nacional em movimentação de materiais.

Estamos aqui por você, Minas!

A chegada da Macromaq em Belo Horizonte marca uma nova fase na trajetória de expansão. **“Minas Gerais agora faz parte do nosso legado e da nossa história,** e nossos clientes locais terão acesso à nossa linha completa de máquinas de última geração, incluindo empilhadeiras elétricas com baterias de íon de lítio, tecnologia de ponta que une eficiência e sustentabilidade.

Estamos trazendo para o estado, as melhores soluções em transporte de carga representando algumas das maiores marcas globais de equipamentos, trazendo inovação e desempenho para o mercado mineiro”, conta Fabiano Olseski, gerente comercial.



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

Pós-venda que faz a diferença com soluções para o seu negócio

A maior preocupação de quem investe em grandes equipamentos é saber se terá o suporte necessário para garantir sua operação. E é exatamente aqui que a Macromaq se destaca! A nova estrutura em Belo Horizonte não se resume apenas à comercialização de máquinas, mas também a um **pós-venda incomparável**, reconhecido como **o melhor do mercado**, com peças, serviços e assistência técnica sempre à disposição. Com uma equipe dedicada e uma infraestrutura completa, a nova unidade entrega **soluções personalizadas**, projetadas para otimizar cada operação.

A Macromaq agora é mineira movimentando soluções em todo o Brasil!

Acesse nosso site:
www.macromaq.com.br



Três dias de muitas oportunidades

Além de promover atualização profissional, *networking* e oportunidades de negócios, a Superminas também oferece uma ampla gama de atividades voltadas ao desenvolvimento do setor varejista. A programação inclui mais de 80 eventos, como palestras, fóruns e *talk shows* que antecipam as tendências do varejo global para os mercados mineiro e brasileiro.

Uma das grandes novidades deste ano é a participação de Leandro Karnal na abertura das palestras, que ocorrerá no auditório Diamante. Reconhecido como um dos principais pensadores contemporâneos, Karnal é professor, escritor e historiador, e sua presença promete enriquecer ainda mais o evento.

Além disso, a Superminas conta com atividades paralelas, como um encontro dedicado ao público feminino, jantar VIP, visitas técnicas e almoço com a diretoria da AMIS e da ABRAS. Também ocorrerá o encontro da *AMIS Jovem*, onde os participantes terão a oportunidade de compartilhar experiências e se aprofundar no conhecimento das práticas e inovações dentro do setor varejista de super-

mercados. Essas iniciativas complementam a programação principal e oferecem oportunidades adicionais para *networking* e aprendizado.

Segundo o Diretor-Presidente do Big Mais, Marcone Miranda, a Superminas representa uma oportunidade única para supermercadistas se conectarem com seus fornecedores e parceiros. Ele destaca: “É a Feira que mais nos aproxima dos nossos fornecedores, possibilitando a realização de bons negócios. É uma chance de descobrir as novidades do mercado, fortalecer parcerias e, consequentemente, realizar transações vantajosas”.

Miranda também enfatiza a importância da Superminas para o crescimento profissional: “As palestras técnicas oferecidas durante o evento são extremamente valiosas para o nosso desenvolvimento. Além disso, a Feira promove a troca de informações e *feedbacks* entre supermercadistas, o que é crucial, pois muitos enfrentam problemas que podem já ter sido resolvidos por outros. A Superminas é, sem dúvida, fundamental para o avanço do setor supermercadista.”





O Sabor Autêntico de Minas *Não tem como resistir!*

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



Experimente o sabor **que está conquistando o mundo.**





CMON – Oportunidade imperdível para pequenos empreendedores

Para ampliar as oportunidades de negócios durante a Superminas, pequenos empreendedores da região poderão expor seus produtos e serviços para grandes compradores. O *Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios* (CMON), em parceria com a Associação Mineira de Supermercados (AMIS), Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (SEDE), através da Diretoria de Promoção aos Pequenos Negócios e Empreendedorismo (DPNE), e Sebrae-MG, visa inserir pequenos negócios na rede varejista de supermercados, facilitando seu acesso ao mercado e potencializando suas oportunidades de crescimento.

O CMON estará presente na Superminas com 45 pequenos negócios (microempresas, empresas de pequeno porte, microempreendedores individuais, agroindústrias familiares, empreendimentos familiares rurais, associação e cooperativas). De acordo com a Diretora

de Promoção aos Pequenos Negócios e Empreendedorismo, Maria Eneila de Loiola, a parceria da SEDE com a AMIS, além de fortalecer os negócios individualmente, contribui também para o desenvolvimento da economia local, fortalecendo toda a cadeia e refletindo na economia do estado.

“Os bons resultados mostram o potencial das centenas de pequenas empresas mineiras, que oferecem aos virtuais compradores o melhor de nosso estado. As empresas participantes aumentam suas vendas, geram mais empregos e inovam em seus produtos, valorizando cada região de Minas Gerais”, relata Eneila.

O CMON ficará localizado no Pavilhão “Vem de Minas”. “O espaço oferecerá uma seleção diversificada de fornecedores que não só ‘Vem de Minas’, mas também estão prontos para ‘vender Minas’ para o mundo”, conclui.

**A MELHOR SOLUÇÃO
PARA VOCÊ VENDER
MAIS E OTIMIZAR
ESPAÇOS DO SEU
HIPERMERCADO E
ATACAREJO
É A SUPRA!**

Projetos
personalizados
de exposição e
armazenagem com
design inteligente,
atendimento em todo
o Brasil e entrega no
prazo, com a **segurança**
e confiabilidade de
40 anos que só a
Amapá oferece.

CONHEÇA NOSSAS SOLUÇÕES:

GÔNDOLAS

RACKS

CHECK STANDS

CHECK OUTS

PORTA PALLETS
COM RACK PICKING

CARRINHOS E ARAMADOS

**Conte com os especialistas da Supra
para construir seu projeto!**

Nos encontramos na Superminas 2024
(Estande 124, Avenida B).

 (37) 99801-5203  suprainstalacoes.com.br

 **SUPRA**

UMA MARCA

 **Amapá**

Rodada de Negócios promove conexão direta

Outro importante momento durante a Feira são as rodadas de negócios realizadas pelo Sebrae com o apoio da AMIS e da SEDE. Elas têm o objetivo de promover a conexão direta entre fornecedores e compradores.

Durante a Feira, o Sebrae convida executivos de pequenas, grandes e médias empresas para participarem do evento, a partir de uma demanda específica de compra. Após identificar a demanda, é feita a abertura de inscrições para empresas ofertantes interessadas e com potencial para atender as necessidades das empresas compradoras. Cada ofertante recebe uma agenda própria com a programação dos encontros e terá 20 minutos para falar com cada comprador da sua área.

Para participar das rodadas é necessário entrar em contato com o Sebrae, com antecedência, e agendar pelo telefone (31) 99772-2765 ou pelo e-mail sebraenegocios1@sebraemg.com.br.

Outro destaque na 36ª Superminas é o *Origem de Minas*, projeto organizado pelo Sebrae. Este programa tem como objetivo promover e valorizar pequenos negócios em Minas Gerais. Focado no apoio a produtores e agroindústrias locais, o *Origem de Minas* busca aprimorar a qualidade dos produtos e processos desses empreendimentos, destacando-os no mercado e preservando seu principal diferencial: a mineiridade.



Chegamos em Minas, uai!



Acesse nosso site



35
anos

Garanta a variedade e a qualidade que seus clientes procuram. Oferecemos um mix completo, da linha popular à premium, com embalagens que se adaptam a todos os perfis de consumidores.

minamel®

É simples ser puro.

www.minamel.com

sac@minamel.com

+55 (48) 3462 1020

Takis

A MARCA GLOBAL CHEGOU
NO BRASIL E JÁ É UM

SUCESSO

NA CATEGORIA
DE SALGADINHOS!



Com apenas 6 meses de lançamento, Takis já incrementa as vendas da categoria de snacks tortilha em 14%.



Posicionado entre as marcas mais compradas da categoria.*




*Segundo pesquisa Varejo 360.

**SIGA @TAKISBR
NAS REDES SOCIAIS**

**Experiência única em intensidade
e crocância para todos os paladares!**



Disponível nas
embalagens de
56g e 90g

-  **Hot Chilli:** pimenta leve e sabor de churrasco
-  **Xplosion:** pimenta moderada e muuuito queijo
-  **Fuego:** pimenta intensa e um toque de limão

**Dispare suas vendas com a marca que
já é um sucesso em todo o Brasil!**



Caravanas já estão sendo formadas

Diversos supermercadistas do interior de Minas, e até de outros estados vizinhos, já estão se preparando para a 36ª Superminas, entre eles a rede Maxsul, do Sul de Minas; a rede Valente, de Mantena e a rede Santa Helena, de Sete Lagoas, entre outros.

Para incentivar a organização das caravanas e a participação de empresários e profissionais do varejo, a AMIS está auxiliando na coordenação das

Caravanas de Supermercadistas nas principais cidades da região.

As caravanas podem ser organizadas dentro da própria empresa ou reunir proprietários e colaboradores de diferentes estabelecimentos. É importante fazer a inscrição antecipadamente para facilitar o credenciamento na secretaria do evento.

Para mais informações, entre em contato pelo telefone: (31) 2122-0500.

Lançamento: novo APP Superminas

A Superminas 2024 tem seu novo aplicativo, o APP Superminas, que promete enriquecer a experiência dos visitantes durante o evento. Com o app, os participantes poderão se orientar facilmente, explorando todos os estandes e atrações disponíveis. A funcionalidade de traçar rotas permite que os usuários planejem sua visita de maneira eficiente, garantindo que não percam nenhuma oportunidade de networking e aprendizado.

Além de facilitar a navegação, o aplicativo oferece informações sobre localização e categorias de cada estande, incluindo horários de palestras, apresentações e promoções especiais. Essa nova tecnologia visa proporcionar uma experiência mais interativa e agradável, conectando visitantes a expositores e facilitando a descoberta de novidades no setor.

Para acessar o aplicativo, é só fazer o download na Play Store ou APP Store.

PERFIS
PORTA ETIQUETAS

Transforme suas prateleiras
e gôndolas em um show de
organização e praticidade!



Visite-nos na



SUPER MINAS

Food Show 2024

ESTANDE F23



Escaneie e
saiba mais!



@tecnoperfil

tecnoperfil.com.br



47 3431.1200

Opção 02:
Indústrias, Supermercados e Similares



TECNOFIL®

Promoção Superminas: “Acelere seu Negócio”

Para impulsionar ainda mais os negócios durante a Superminas, a AMIS lançou a “Promoção Superminas – Acelere seu Negócio!”

Para participar, as empresas devem assinar o termo de adesão à promoção. A cada R\$ 5.000 em negócios realizados pelos compradores com os expositores, será concedido um cupom para concorrer a um Renault Kwid 0 km. Quanto mais negócios forem realizados durante a Feira, maiores serão as chances de ganhar.

A “Promoção Negócios e Relacionamento” é patrocinada pela Tio Paco e autorizada pelo órgão fiscalizador, a SECAP. O sorteio irá acontecer no último dia da Feira, no estande da promoção, localizado no Pavilhão “Gerais”. Lembrando que somente poderá participar o expositor que aderir à promoção através da assinatura do documento enviada por e-mail junto com o contrato da Superminas.



Food truck

Para oferecer mais comodidade aos participantes, a Superminas dispõe de um espaço reservado a food trucks no piso 1, perto do Pavilhão “Vem de Minas” e dos auditórios. Este espaço foi projetado para proporcionar uma opção prática e diversificada de alimentação.

QUEM ESCOLHE EXPERIÊNCIA, ESCOLHE QUALIDADE.

ESCOLHA CONFIABILIDADE,
ESCOLHA TRADIMAQ.

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




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

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



Confira nossos catálogos escaneando o QR Code ao lado.

ENTRE EM CONTATO CONOSCO:
0800 007 8004

www.tradimaq.com.br |    /Tradimaq

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO:

Yale 
TECNOLOGIAS EM EMPILHADEIRAS

Genie 
A TEREX BRAND

Anunciantes desta edição que estarão na Superminas 2024



**Pavilhão Minas
F48**

www.avivar.com.br | sac@avivar.com.br | (37) 3286-2000

Rua Povoado Teixeira, s/n – Sit Teixeira – Zona Rural – São Sebastião do Oeste - CEP 35567-000



**Pavilhão Gerais
Stand 74
Av. B/C, Rua 5**

@biscoitosaymore

CD Contagem: Rua Necésio Tavares, 351 - Cinco - Contagem (MG)



**Stand 103
Pavilhão Gerais
Av. C e rua 8**

www.bembrasil.ind.br | flavianaves@bembrasil.ind.br | 0800 707 8015

Av. José Jorge Akel, 4000 - Jardim Residencial Bela Vista - Araxá (MG) - CEP 38181-275



**Stand 35
Pavilhão Gerais
Av. B com Rua 3**

www.bimbobrasil.com.br/ | cristhie.dossantos@grupobimbo.com | (31) 98461-3133

R. Erico Verissimo, 342 - Jd. Cambara - São Paulo (SP) - CEP 05560-900



Stand 91
Pavilhão Gerais
Av. B / C e rua 6

www.3coracoes.com.br | sac@3coracoes.com.br | (31) 3649 3800 - Central
Av. Brasília, 6145 - Bairro São Benedito - Santa Luzia (MG) - CEP 33170-000



Stand 34
Pavilhão Gerais
Av. B / C e rua 4

www.cocacola.com.br | Central de Atendimento 0800 727 1100 | WhatsApp (11) 98964 9773
Anel Rodoviário Celso Mello Azevedo, 3515 - Sumaré - Belo Horizonte (MG) - CEP 31250-004



Stand 53
Pavilhão Gerais
Av. B e Rua 5

<https://gestaoeng.com> | comercial@gestaoeng.com | (31) 98328-3457
Rua Rio de Janeiro, 441 - sala 1006 - Centro - Belo Horizonte (MG) - CEP 30160-041



Stand 67
Pavilhão Gerais
Av. D, com Rua e Av E

www.gulozitos.com.br | 33 3331-2751
Rua Augusto Sathler, 600 - Bairro Lajinha - Manhuaçu (MG) - CEP 36906-186

Anunciantes desta edição que estarão na Superminas 2024



Stand 153
Pavilhão Gerais

www.macromaq.com.br | (31) 4003-7316

Rod. Celso Mello Azevedo, 3713 - Galpão 18 - Bom Sucesso - Belo Horizonte (MG) - CEP 30622-900



Stand 95
Pavilhão Gerais
Av. D e E com rua 6

www.paodequeijomerceres.com.br | gestaomerceres@mercespaodequeijo.com.br | (31) 99909-2121

Rua Sienita, 70 - Caiçara - Belo Horizonte (MG) - CEP 30775-200



Stand 111
Pavilhão Gerais
Av. A/B e rua 8

www.amapa.ind.br | amapa@amapa.ind.br | (37) 3381-1110 | 37 9 9801-5203

Rodovia MG 260 - Km 33 - Anel Rodoviário - Caixa Postal 54 - Cláudio (MG) - CEP 35.530-000



F48 A
Pavilhão Minas

www.minamel.com/ | vendas01@minamel.com | (48) 3263-6070 | (48) 99658-4635

Rua Linha Três Ribeirões, 583 - Liri - Içara (SC) - CEP 88802-000



Stand 12
Pavilhão Gerais
Av. A com rua 3

www.perfaalimentos.com.br | contato@perfaalimentos.com.br | (31) 3394-1830
Rod. BR 040 - KM 688 - Kennedy - Contagem (MG)



Stand 72
Pavilhão Gerais
Avenida C

[@politriz.oficial](https://www.instagram.com/politriz.oficial) | (34)3256-8820
Rua Nivaldo Guerreiro Nunes, 240 - Distrito Industrial - CEP 38402.330



Stand 36
Pavilhão Gerais
Av. B / Rua 3

www.saudali.com.br | marketing@saudali.com.br | (31) 3819-2200
Rodovia MG 826 - KM 02 - s/n - Zona Rural - Ponte Nova (MG)



Stand 94
Pavilhão Gerais
Av. C e D com rua 7

www.startquimica.com.br | carrijo@startquimica.com.br | (34) 3292-6100
Av. Airton Borges da Silva, 740 - B. Distrito Industrial - Uberlândia (MG)

Anunciantes desta edição que estarão na Superminas 2024



F 23
Pavilhão Minas

www.tecnoperfil.com.br | (47) 3441-1200

Rua Rui Barbosa, nº 210 – Zona Industrial Norte - Joinville (SC)



Stand 69
Pavilhão Gerais
Av. D e rua 6

www.tozzialimentos.com.br | comercial2@tozzialimentos.com.br | (35) 3531-6808

Rod. BR 265 - KM 609 - Zona Rural - São Sebastião do Paraíso (MG) - CEP 37950-000



Stand 126
Pavilhão Gerais
Av. D/E e ruas 9 e 10

www.tradimaq.com.br | marketing@tradimaq.com.br | 0800 007 8004

R. Professor Pedro Coelho, 122 - Inconfidentes - Contagem (MG) - CEP 32260-190



CONTATO COM A REDAÇÃO

E-MAIL: gperes@todavozeditora.com.br | WHATSAPP: 31 99984 1990 | TELEFONE: 31 3879 7422

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

EDIÇÃO 331

GERAÇÃO Z

Excelente a reportagem e com muitas dicas sobre como lidar com a juventude atual. Como diz a reportagem, sempre haverá uma geração nova chegando e o varejista precisa se adaptar. Desta vez são os Z.

Denise Talleres Mendes
Betim – MG

STARTUPS

Eu só tinha uma vaga ideia sobre a importância das startups do setor de TI. A entrevista com o especialista nessa área, o Victor Salles, agregou muito conhecimento. Acredito que a Inteligência Artificial é o futuro, sem dúvida.
Jéssyca Colina Freitas
Uberlândia - MG

CONTAGEM REGRESSIVA PARA A SUPERMINAS 2024

22, 23 e 24
outubro

Se você ainda não se inscreveu,
não perca mais tempo!



superminas.org.br

REALIZAÇÃO:

AMIS
Associação Mineira de Supermercados



PATROCÍNIO
DIAMANTE E
BANCO OFICIAL



PATROCÍNIO
OFICIAL DIAMANTE
E CRACHÁ:



PATROCÍNIO
OFICIAL DIAMANTE
E EVENTO FEMININO:



PATROCÍNIO
OURO E AMIS
JOVEM:



PATROCÍNIO
SECRETARIA:



PATROCÍNIO
PRÊMIOS
E NEGÓCIOS:



PATROCÍNIO
AMIS JOVEM:



PATROCÍNIO
EVENTO FEMININO:



PATROCÍNIO REUNIÃO/
ALMOÇO DIRETORIA
E AMIS JOVEM:



PATROCÍNIO
JANTAR VIP:



PATROCÍNIO REUNIÃO/
ALMOÇO DIRETORIA:



PATROCÍNIO EVENTO
FEMININO:



APOIO MÍDIA:



APOIO MASTER:



TRÊS DÉCADAS INFORMANDO e inspirando o setor supermercadista

EM MAIS UMA ETAPA DE HOMENAGENS, A REVISTA GÔNDOLA COMPARTILHA COM OS LEITORES SEU SENTIMENTO DE CELEBRAÇÃO E GRATIDÃO POR ESSES 30 ANOS DEDICADOS AO SETOR

Dayane Lima*

Ao longo dos últimos 30 anos, o conteúdo da GÔNDOLA tem sido cuidadosamente elaborado para contribuir com a Associação Mineira de Supermercados (AMIS) no cumprimento da missão da entidade, que é apoiar, defender e desenvolver o setor supermercadista e, edição após edição, levar aos associados, parceiros e público em geral informação e inspiração.

De *insights* sobre tendências de mercado e análises detalhadas de novas oportunidades dentro dos seus negócios, à cobertura *in loco* dos principais eventos internacionais do setor nos EUA ou na Europa, assim como no contato permanente com empresas de todos os portes em todas as regiões de Minas, Gôndola está sempre presente.

Cada reportagem, artigo, nota ou depoimento publicado é sempre preparado com dedi-

cação para levar aos leitores as melhores práticas e estratégias, promovendo um ambiente mais dinâmico e maior capacidade de competição. É informar e inspirar sempre, para que realmente o conhecimento faça a diferença em suas operações e negócios.

Desde o nascimento de GÔNDOLA, mas principalmente nesses últimos 10 anos, o setor supermercadista mineiro vem se tornando ainda mais presente na economia do estado e se destacando no país. No último ano, por exemplo, alcançou faturamento bruto de R\$ 87,58 bilhões, o que equivale a 8,5% do PIB mineiro. Foram mais de 400 mil colaboradores empregados diretamente em mais de 17 mil lojas.

Para este ano, as projeções indicam um crescimento de 3%, com a abertura de 75 novas lojas em todo o estado, o que resultará na criação de 7.500 novos empregos.

Algumas das 110 edições de GÔNDOLA produzidas de 2014 a 2024



COMPARTILHAMENTO

Outra característica presente na revista é sua capacidade de estimular a troca de informações entre os leitores. Especialmente por meio de reportagens, os supermercadistas são sempre as principais fontes de informação para os repórteres, independentemente do porte da empresa.

A maioria dos supermercadistas considera GÔNDOLA uma ferramenta essencial para atualização a partir de uma segura e altamente habilitada fonte de informação, como ressalta o presidente do Grupo ABC, Valdemar Martins do Amaral: “A GÔNDOLA, para nós, supermercadistas, é de grande importância porque traz assuntos relacionados ao nosso segmento. É uma revista leve, para se ler e observar. A revista é como um diário, onde você olha os acontecimentos e mudanças que muitas vezes não consegue acompanhar no dia a dia, mas vai encontrar ali na revista”, ressalta.

O sócio proprietário da rede Fidélis, Fábio Teixeira Campos, também é um leitor assíduo da GÔNDOLA. “A revista GÔNDOLA é para nós, do Fidélis, uma publicação que estamos sempre lendo ou acessando na certeza de reportagens interessantes ao nosso seguimento e com várias informações sobre o cenário atual. É uma leitura habitual da nossa equipe. Uma parte que eu, particularmente, gosto muito, é das histórias de início das redes de supermercados mineiras, pois valorizam muito os fundadores ao contar como tudo começou”, relata.

O Diretor da rede Stalo Supermercados, de Piumhi, João Júnior, reforça a importância da revis-

ta para o setor se manter informado e atento ao mercado. Segundo ele, o veículo é essencial para acompanhar como está o crescimento dos outros supermercados do varejo em geral. “A revista tem sido uma fonte valiosa de conteúdo, especialmente quando precisamos tomar decisões importantes na empresa. Ela nos proporciona o máximo de informação possível”, assinala João Júnior.

HOMENAGEM AOS PARCEIROS

Nas edições 330 e 331, Gôndola homenageou os parceiros anunciantes que mais se destacaram na primeira e segunda décadas da revista. Agora é a vez de destacarmos os parceiros dos últimos 10 anos, incluindo supermercados que várias vezes já prestigiaram GÔNDOLA também com anúncios.

Agradecemos a todas as pessoas e profissionais que fizeram parte dessa caminhada contribuindo com a GÔNDOLA e por compartilharem suas experiências e conhecimentos nessas 332 edições até aqui.

A todos vocês, supermercadistas, fornecedores e muitos outros que têm prestigiado a revista nesses 30 anos, o muito obrigado de GÔNDOLA e toda a sua equipe!

Um *spoiler*: até a edição de setembro de 2025, a comemoração dos 30 anos de GÔNDOLA vai continuar e sempre teremos presentes preparados com carinho para nossos leitores – novas séries, reportagens especiais, pesquisas exclusivas, novidades no visual da revista e muito mais.

*Colaborou Giovanni Peres



CRECEMOS JUNTOS COM A GÔNDOLA

O Verdemar Supermercado tem 31 anos e desde o início da sua trajetória teve suas histórias, inaugurações e campanhas estampadas nas páginas da revista GÔNDOLA, que ao longo dessas três décadas, nos ajudou a contar e registrar todas as nossas conquistas.

Um veículo importante do setor supermercadista, sempre gerando espaço para que cada supermercado, não importando seu porte, pudesse mostrar suas histórias e, assim, valorizando o esforço de cada um. A revista tornou-se um marco e vem acompanhando o crescimento do setor tão importante no dia a dia dos brasileiros.

A história do Verdemar começou em 1993 com quatro funcionários em uma pequena loja no bairro São Pedro, na região Sul da capital mineira. Aos poucos, aquela pequena loja foi se transformando e trazendo as novidades para os consumidores ávidos por experimentar outros sabores do mundo.

E desde os primeiros anos da revista, e do Verdemar estamos envolvidos, de alguma forma, juntamente com outros supermercados, gerando informações para as reportagens, mostrando as novidades e a força do setor em Minas Gerais.

Nas páginas da revista, muitos acompanharam várias reportagens sobre o setor supermercadista, e algumas feitas exclusivamente sobre o Verdemar ao longo dessas três décadas. A revista esteve sempre presente em nossas inaugurações, nas comemorações dos aniversários, no relato das inovações que adotamos, nas campanhas que apoiamos, nas premiações que recebemos.

O veículo tem sido uma parceria permanente, algo igualmente reconhecido por todos os demais associados da Associação Mineira de Supermercados (AMIS). Assim como aconteceu com o Verdemar, a história do setor está nas páginas da revista, sempre agregando preciosos insights, orientação, sintonia com o que de mais importante acontece no varejo mundial e brasileiro, e muito mais.

O Verdemar cresceu, hoje tem 16 lojas e quase 5000 colaboradores e já faz parte da vida dos mineiros. E a revista Gondola se consolidou com uma das principais publicações do setor supermercadista de nosso País, reconhecida por seu conteúdo de credibilidade e qualidade informativa.



Alexandre Poni e Hallison Moreira, sócios-proprietários da rede Verdemar Supermercado e Padaria

Meu
Selinho
verdemar

**A campanha Meu Selinho
Verdemar está voltando...**

**Fique atento ao nosso
Instagram e saiba mais.**

 [@supermercadoverdemar](https://www.instagram.com/supermercadoverdemar)



 **verdemar**
SUPERMERCADO & PADARIA

Sempre o seu melhor



GRUPO 3 CORAÇÕES PARABENIZA REVISTA GÔNDOLA PELOS SEUS 30 ANOS.

O Grupo 3corações é uma empresa de gente apaixonada pelo que faz. Temos certeza de que o consumidor reconhece este carinho, presente em todo o percurso que vai do grão até a xícara.

Valorizamos as nossas origens e o prazer das coisas simples.

Trabalhamos para a construção de laços legítimos e duradouros com todos aqueles que são apaixonados por café.

Neste processo de criar conexões genuínas, a Revista Gôndola tem sido uma importante aliada das nossas marcas, há mais de 30 anos apoiando a construção da nossa trajetória de sucesso em Minas Gerais.

Somos muito gratos por esta parceria que se fortalece a cada ano.

Desejamos sucesso e que venham os próximos 30 anos da Revista Gôndola!

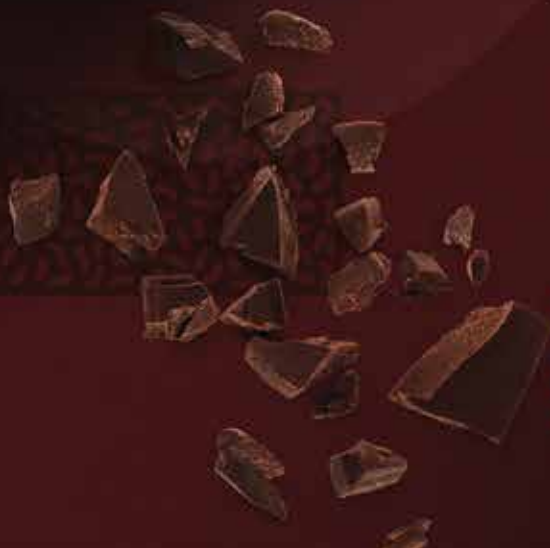
Paulo Lima,
diretor comercial do
Grupo 3corações



CHEGOU



CHOCOLATE QUENTE CREMOSO



A HOMENAGEM DO GRUPO SUPERNOSO À REVISTA GÔNDOLA

A Revista Gôndola é uma publicação da nossa associação! É um veículo que reúne importantes informações e dados do setor varejista em Minas, oferecendo insumos para nossas estratégias, apresentando tendências e destacando possibilidades. Contribui para dar visibilidade para as marcas, fornecedores e supermercadistas e, com isso, nos ajuda a enxergar o mercado de forma ampla e técnica. Por isso, está sempre nos acompanhando na nossa rotina de empresários e executivos do varejo.

Nossas empresas, especialmente o Supernosso, o Apoio Mineiro e a DEC MINAS, estão presentes nas páginas da Gôndola como anunciantes e muitas vezes como conteúdo. Inúmeras matérias já foram feitas sobre nossas lojas, lançamentos de produtos, eventos, inaugurações, iniciativas, projetos... e sempre recebo retornos positivos dos leitores. As pessoas gostam de ver o que estamos fazendo, criando e o quanto estamos avançando. Afinal, os leitores são também clientes e quando as empresas crescem, o mercado se fortalece e quem sai ganhando é o consumidor.

Quero parabenizar a Amis e a todo o time da Revista Gôndola nestes 30 anos de trajetória. Não é fácil um projeto ser duradouro, se manter financeiramente e sobretudo manter sua qualidade e objetivos. Como parte do setor supermercadista e também parte da Amis, quero agradecer aos leitores. É por eles que a revista existe! Enquanto houver leitores ávidos por informação técnica, dados, conteúdos relevantes para o negócio, haverá razão para uma publicação especializada como a Gôndola. Vida longa aos leitores e à revista!



Euler Fuad Nejm, Presidente e Acionista do Grupo Supernosso (E) e Rodolfo Kaiser Nejm, Vice-Presidente e Acionista do Grupo Supernosso



ANIVERSÁRIO
supernosso

ATÉ
%

50

— DE DESCONTO —

★ SEMPRE UMA FESTA. SEMPRE COM VOCÊ. ★

DE 1° DE OUTUBRO
A 13 DE NOVEMBRO

NAS LOJAS, NO SUPERNOSSO.COM
E NO APP CLUBE SUPERNOSSO.



BAIXE O APP
E PARTICIPE!

 **supernosso**

SIGA-NOS E ACESE AS PRINCIPAIS OFERTAS.



Gustavo Péricope

CEO Gestão Engenharia



Nossa história com a Revista Gôndola está caminhando para o quarto ano de parceria. A revista tem sido um importante meio de divulgação da marca Gestão Engenharia, por possibilitar que os leitores se informem sobre a empresa e conheçam os trabalhos já realizados para clientes do setor supermercadista. Assim, conseguimos atingir um nicho bem específico e importante para o nosso negócio. Os anúncios nas páginas da revista também nos geram muitos leads que conseguimos reverter vários deles em negócios. Além desse retorno financeiro, recebemos feedback dos leitores e conseguimos perceber que a Gestão tem uma imagem positiva quando nas conversas e encontros, somos parabenizados por terem visto na revista o resultado de determinada obra. Outro ponto relevante, é com relação a possibilidade de mostrar nossos clientes, associando suas marcas a: investimentos, inovação, melhoria das suas estruturas e sustentabilidade. Por tanto, a revista Gôndola nos dá visibilidade diante dos tomadores de decisões do setor supermercadista e nos dá a chance de estar ao lado de grandes anunciantes, capazes de agregar valor ao nosso negócio.

Aproveitamos a oportunidade para agradecer a equipe da revista pela parceria e ajuda de sempre. O trabalho de vocês é sempre muito bem feito. Aos leitores, sigam nosso perfil e acompanhem o nosso trabalho.



@eng.gestao

Faça seu Orçamento
031 9 9115-5275

Acesse nosso site WWW.gestaoeng.com

#EFICIENCIAEECONOMIANODETALHE



@ENG.GESTAO





gestaoeng.com

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



 31 99115-5275

REVITALIZAÇÃO DE COBERTURAS



1 RECUPERAÇÃO DO TELHADO
sem a necessidade da troca. Menos descarte de material nos aterros.

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

3 SUSTENTABILIDADE
O uso do telhado branco ajuda a preservar a natureza, impedindo que toneladas de CO₂ sejam emitidas ao meio ambiente.



Conheça nossa tecnologia
Gestão Engenharia
Proteção Segura



Eficiência
e economia
no detalhe!

SUPERMERCADOS BH, UMA JORNADA DE CRESCIMENTO

A trajetória do Supermercados BH é marcada pela dedicação e pelo compromisso com a qualidade, valores que nos acompanham desde a fundação da nossa primeira loja, em maio de 1996, fruto da visão empreendedora de Pedro Lourenço de Oliveira. Ao longo desses 28 anos, crescemos com o objetivo de proporcionar o melhor atendimento e as melhores ofertas aos nossos clientes, sempre buscando consolidar nossa presença em diversas regiões de Minas Gerais e no Espírito Santo.

Nesse caminho de expansão, a revista Gôndola sempre esteve ao nosso lado, desempenhando um papel essencial na conexão entre a nossa empresa e o setor supermercadista. Ao longo de suas três décadas de existência, Gôndola foi uma parceira importante, oferecendo uma plataforma sólida para divulgarmos nossos produtos e serviços, reforçando o nosso posicionamento no mercado. A visibilidade proporcionada por suas edições permitiu que a nossa marca chegasse ainda mais longe, sendo reconhecida não apenas pelos

nossos clientes, mas também por importantes fornecedores e parceiros de negócios.

Com uma rede de 320 lojas, espalhadas por 93 municípios mineiros e 11 cidades capixabas, o Supermercados BH se orgulha de ser uma das principais redes do Brasil. Nossa presença constante nas páginas da Gôndola ao longo dos anos nos trouxe não apenas reconhecimento, mas também retorno positivo, tanto em termos de *feedback* dos leitores quanto no fortalecimento da nossa marca no mercado. A cada edição, sentimos o impacto que essa parceria gera, sendo frequentemente elogiada por nossos clientes e fornecedores pela qualidade das campanhas e pela clareza com que nossa mensagem é transmitida.

Neste momento especial em que a Gôndola comemora seus 30 anos, aproveitamos para expressar nossa gratidão por essa caminhada. Celebramos esse marco histórico e desejamos uma parceria longa e duradoura, e que seja de muito sucesso e conquistas para a marca Gôndola e o setor supermercadista de Minas Gerais e do Brasil.



Pedro Lourenço de Oliveira, o Pedrinho, Presidente da rede Supermercados BH



GÔNDOLA 30 ANOS
INFORMANDO E INSPIRANDO

Mais do que uma marca, somos parte de jornadas e trajetórias.

Pertencemos as comunidades onde estamos inseridos e desejamos cada vez mais criar conexões em cada momento que compartilhamos. Nosso compromisso é continuar crescendo juntos, movidos pela paixão e confiança!

SUPERMERCADOS



Faz parte da sua história.

FAZ PARTE DE VOCÊ.

OS PARABÉNS DA SAUDALI À REVISTA GÔNDOLA

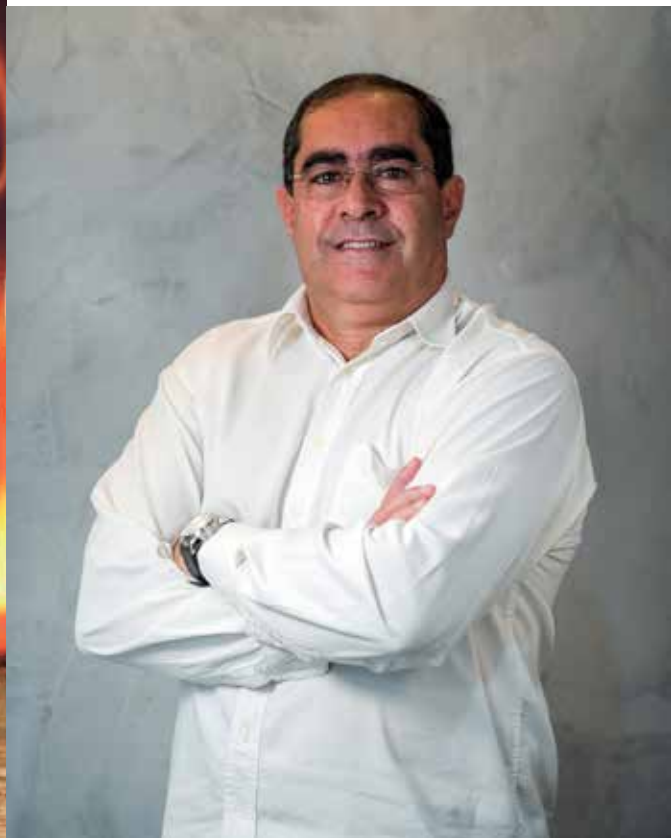
A Saudali é uma empresa mineira, localizada no Vale do Piranga – polo mineiro de incentivo à suinocultura. Ao longo de nossa trajetória, quase 25 anos de mercado, a Gôndola tem sido um dos principais canais de divulgação de nosso portfólio, para os supermercadistas e varejistas de todo estado.

Além de ser uma vitrine para nossos produtos, a Gôndola tem sido uma importante fonte de informações sobre o mercado e as tendências do varejo. Através da revista, acompanhamos as ações e os lançamentos de marcas parceiras e

concorrentes. Tudo isso, de forma prática e acessível, seja através da edição digital ou da edição impressa, que chega mensalmente na sede da empresa, em Ponte Nova (MG). Temos muita satisfação em manter uma parceria duradoura com a Revista Gôndola.

A cada edição em que anunciamos, observamos um aumento significativo na procura pela marca Saudali e suas linhas, por parte dos supermercadistas e lojistas. Geralmente eles procuram por produtos que ainda não conheciam, seja para saber mais informações ou para cadastrá-los em seus pontos de venda. Também recebemos elogios pela ‘simpatia’ de nossa mascote, o ‘Saudalito’. Quando o inserimos nas peças gráficas dos anúncios da Gôndola, há muita receptividade dos leitores. A equipe de Marketing fica orgulhosa com esses feedbacks.

A mensagem que eu deixo, para os leitores e os gestores de empresas, é que valorizem e mantenham parcerias sólidas e duradouras. Esses relacionamentos fortalecem nossos negócios e, a partir deles, surgem grandes oportunidades. Também aproveito para cumprimentar os gestores e colaboradores pela celebração dos 30 anos da revista. Vida longa à Revista Gôndola!



Adriano Pacheco,
Diretor Comercial
da Saudali

CHURRASCO DE
1ª TEM
Saudali
NA CHURRASQUEIRA



30

ANIVERSÁRIO

30 ANOS - REVISTA GÔNDOLA

**O Mart Minas parabeniza
a Revista Gôndola
por sua trajetória de
sucesso e parceria no
desenvolvimento do mercado
supermercadista mineiro!**

**Mart
Minas**
ATACADO & VAREJO

Os mais de 10 mil
funcionários do Mart Minas
parabenizam à Revista Gôndola
pelos seus 30 anos



Revista Gôndola 30 anos: o Mart Minas se orgulha de fazer parte dessa história



A Revista Gôndola é o veículo de comunicação oficial dos supermercadistas mineiros e uma referência para todo o Brasil! O Mart Minas se orgulha de ter estado presente na maior parte dos seus 30 anos de história. Em meio a tantas fontes de informação disponíveis, é gratificante contar com uma publicação de confiança, reconhecida pela sua credibilidade e que, além de tudo, valoriza o mercado de Minas Gerais.

Olhando para trás, podemos perceber como crescemos e evoluímos juntos, afinal o Mart Minas está celebrando o seu 23º aniversário em 2024. Ao longo desses anos, tivemos o privilégio de aparecer em diversas edições da revista, seja por meio de anúncios ou matérias jornalísticas, sempre recebendo um retorno muito positivo

dos leitores. A Gôndola tem um público altamente qualificado, atento às constantes mudanças do mercado.

Em nome da diretoria e dos funcionários do Mart Minas, gostaria de parabenizar toda a equipe da Revista Gôndola e seus leitores por este momento histórico. Somente com trabalho duro, dedicação e qualidade é possível construir uma trajetória tão sólida. Desejamos que vocês continuem trilhando esse caminho de sucesso, sendo uma referência para o mercado supermercadista mineiro. Vida longa à Revista Gôndola!

**Filipe Martins, diretor do
Mart Minas & DOM**





NOVA PLANTA INDUSTRIAL START: CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

Uma história grandiosa é escrita por grandes pessoas e seus grandes feitos. Essa é a START.

Ao completar 37 anos, a START, empresa do grupo LIMA&PERGHER, dá mais um grande passo nesta jornada ao inaugurar sua terceira planta industrial com 90.000 m², em uma área total de 340.000 m² na cidade de Uberlândia/MG.

Esta nova planta dedicará à produção de soluções para limpeza e cuidados domésticos das marcas AZULIM, TUFF, VOREL, ALUMIL, dentre outras que possuem forte tradição no varejo. Para tanto, foram trazidas novas tecnologias para otimizar recursos e reduzir ao mínimo o consumo de água, resinas e combustíveis de fontes não-renováveis. Fortalecendo a cultura fundamental da START - máxima eficiência no uso dos recursos.

Isso, somado a outras iniciativas, nos habilitou a receber o selo SGS de empresa Sustentável, que é concedido a empresas que seguem normas rígidas nas áreas ambientais, sociais e governança.

Além dessa nova planta, o grupo mantém uma outra dedicada a produtos de uso institucional e industrial, uma exclusiva para produtos de base alcoólica (destaque para a marca ASSEPTGEL) e uma para cosméticos e bem estar.

E a revista Gôndola foi um dos principais meios pelos quais divulgamos estas e outras conquistas para nossos clientes ao longos dos anos. Por isso, parabenizamos esta grande revista e reconhecemos sua importância para conectar fornecedores e mercado.



Somos movidos a desafios, e isto é o que não falta em nossa rotina.

Marcos Pergher - Diretor



VENDAS
GOIÂNIA/GO - 62 3636-2017
UBERLÂNDIA/MG - 34 3292 6191



O MAIOR MIX DO BRASIL, NÃO PODE FALTAR NA SUA LOJA.

MARCAS START: A CARA DO VAREJO.

VENDAS
GOIÂNIA/GO - 62 3636-2017
UBERLÂNDIA/MG - 34 3292 6191



AZULIM tuff Alumil INDY freePet
Asseptgel BIANCO ONLY PEDREX



#1 A MARCA LÍDER
EM ASSEPSIA



Grupo Bahamas destaca a parceria com a Revista Gôndola

A Revista Gôndola faz parte da história do Grupo Bahamas. Para nós, é uma satisfação fazer parte dessa história. A publicação, de suma importância para o setor varejista, não só contribui para publicidade de ações inovadoras, como também, sempre foi uma fonte confiável de inspiração para que a nossa operação esteja sempre alinhada às melhores práticas do mercado.

elas, destacamos os tradicionais mercados, supermercados e hipermercados, além do nosso forte atacarejo, que chamamos de Bahamas Mix. Também possuímos bandeiras que atingem segmentos específicos de mercado, como o Empório Bahamas, focado em produtos importados e de vendas exclusivas; e o Bahamas Express, que opera em modelo de loja de conveniência.



A Revista Gôndola sempre acompanhou de perto nossa história, ressaltando nossos esforços e mostrando que o Grupo Bahamas inova e se destaca como referência no setor. Essa parceria nos rendeu frutos positivos entre os leitores da revista. Assim conseguimos mensurar o retorno ao investir na Revista Gôndola, que aparece como uma verdadeira referência em nosso setor. Se está na Gôndola, significa que estamos sendo vistos por um seletor público-alvo, formado pelos leitores da publicação.

Nesta nova fase do Grupo Bahamas, que tem a audaciosa meta de crescer em 4 anos o faturamento atingindo nos últimos 40, estamos concentrados em novas frentes de negócios. Dentre eles, destacamos a nossa inédita bandeira de atacarejo do setor Pet e Garden, o BahaPet, que concluirá o ano de 2024 com 4 lojas em operação. E a nossa aposta no fortalecimento das marcas próprias,

O Grupo Bahamas nasceu no início da década de 80, em Juiz de Fora - MG, e hoje possui lojas em 22 cidades dentro do estado, atingindo as regiões da Zona da Mata, Campo das Vertentes, Alto Paranaíba e Triângulo Mineiro. Estamos em franca expansão dos nossos negócios, sempre tendo como alicerce o fortalecimento das nossas parcerias de longas datas, como essa com a Revista Gôndola.

que já são sucessos de vendas em nossas unidades. Entre os produtos disponíveis, destacamos itens de primeira necessidade, como arroz e feijão, além de materiais de limpeza, higiene e limpeza, e outros.

Assim como a Revista Gôndola, que cresce, se desenvolve e se fortalece a cada dia, o Grupo Bahamas aponta para a mesma trajetória. Vida longa para nós!

Nosso modelo de negócios tem por objetivo abranger o público em todos os seus momentos de compras e, por isso, contamos com bandeiras de lojas distintas. Entre

Jouino Campos e Paulo Roberto Lopes,
Sócios Fundadores do Grupo Bahamas

Para todos os
seus momentos
de compras,

EXISTE UM

BAHAMAS

PENSADO

PRA VOCÊ.

GRUPO / BAHAMAS



BAHAMASMIX
O MENOR PREÇO NO VAREJO MELHOR AINDA NO ATACADO



BAHA PET
O SEU ATACAREJO PET & GARDEN



Grupo Bahamas Desde 1983 fazendo parte da sua vida.



Junior Bertozzi,
CEO da Tozzi Alimentos

Uma tradição mineira presente em todo o Brasil.



Somos a Tozzi Alimentos, uma empresa com 25 anos de mercado e tradição familiar no cultivo de frutas há mais de 50 anos. Localizada no sul de Minas Gerais, a maior produtora de figo verde do Brasil, possuímos um portfólio com cerca de 200 SKUs e importamos matérias-primas de mais de 10 países. Com uma área industrial de 80 mil metros quadrados, mais de 1.000 colaboradores, frota própria e tecnologia de ponta, nossa marca está presente em mais de 10 mil pontos de venda no Brasil e participamos das principais feiras de alimentos, destacando nossos lançamentos e embalagens inovadoras.

Temos muito orgulho de possuir os selos verdes Witzler, que atestam nosso uso exclusivo de fontes de energia totalmente limpas e renováveis, e o selo internacional I-REC, que comprova a origem renovável da nossa energia. Além disso, tratamos a água utilizada em nossos processos de industrialização, devolvendo-a limpa à natureza, o que reflete nosso compromisso com o meio ambiente.

Nosso principal foco é o consumidor, e estamos comprometidos em levar produtos de qualidade e excelência à mesa dos brasileiros. Por tudo isso, a equipe Tozzi Alimentos parabeniza a Revista Gôndola pelos 30 anos de sucesso e pela sólida parceria junto aos eventos da AMIS. Que, juntos, possamos continuar crescendo e marcando presença na mesa de todos os brasileiros.





Na Gôndola tem Tozzi, com certeza.

Temos muito orgulho em fazer parte dos 30 anos da Revista Gôndola, o maior e mais completo guia para o setor supermercadista mineiro. Parabéns a todos que fazem parte desta tradição.

E a todos os parceiros, teremos grandes novidades na próxima edição. Na Revista Gôndola e também na sua gôndola, sempre terá Tozzi, com certeza. Aguardem.



tozzialimentos.com.br | @tozzialimentos

REVISTA GÔNDOLA, UMA IMPORTANTE ALIADA DA REDE SUPER MAXI

A revista Gôndola tem sido uma importante aliada para a Rede Super Maxi ao longo desses 30 anos. Ela nos proporcionou uma vitrine essencial para compartilhar inovações, tendências e fortalecer nosso posicionamento no mercado. Além disso, Gôndola sempre foi uma fonte confiável de informação e inspiração para as estratégias do nosso negócio, ajudando-nos a acompanhar as transformações do setor e aprimorar nossos serviços e atendimento aos clientes.

O *feedback* que recebemos dos leitores de Gôndola sempre foi positivo. Supermercadistas sempre relataram conhecer mais sobre o setor, produtos e serviços através dos anúncios, o que ajuda a fortalecer as marcas das indústrias. Além disso, os fornecedores e parceiros do setor frequentemente comentam sobre a nossa presença na revista, destacando a credibilidade e a visibilidade que a Gôndola proporciona às empresas que nela anunciam.

Neste momento tão especial, quero parabenizar a equipe de Gôndola pelos 30 anos de excelência. Vocês desempenham um papel fundamental na integração do setor supermercadista em Minas Gerais, oferecendo conteúdo relevante e sempre atualizado. Aos leitores, reforçamos que continuaremos comprometidos em oferecer os melhores produtos e serviços. Juntos, construímos um mercado mais forte e dinâmico. Que venham mais décadas de sucesso para Gôndola e para todos que fazem parte dessa história!



Da esq. p/ dir.: Nilzaína Márcia Borges Loreti, Milson Borges dos Santos, Enio Borges dos Santos e Nilton dos Santos Borges



Mais do que supermercados, uma experiência de vizinhança!

Há mais de 24 anos, a Rede Super Maxi se dedica a oferecer uma experiência de compras diferenciada, com a confiança e o acolhimento que só um supermercado de vizinhança pode proporcionar. **Com 31 Lojas na região do Triângulo Mineiro, nosso compromisso é levar qualidade, variedade e um atendimento de excelência para cada cliente.**

Nossa missão vai além de fornecer produtos e serviços; **queremos fazer parte do dia a dia das comunidades onde estamos inseridos**, apoiando o desenvolvimento local e criando laços que vão além das gôndolas.

E, assim como a revista Gôndola, que há 30 anos conecta e inspira o setor supermercadista, **nós da Rede Super Maxi nos orgulhamos de fazer parte dessa trajetória de sucesso, inovação e, acima de tudo, parceria.**

Venha nos conhecer e descubra por que somos referência em atendimento e qualidade.



Siga-nos nas
redes sociais:

www.supermaxi.com.br
[f](#) [@redesupermaxi](#)

SuperMaxi
Pertinho de você!

POLITRIZ: GÔNDOLA TEM SIDO FERRAMENTA ESSENCIAL

A Revista Gôndola tem sido uma ferramenta essencial para o fortalecimento de nossa marca, ajudando a compartilhar nossas conquistas, inovações e histórias de sucesso. Essa visibilidade contribuiu para consolidarmos nossos produtos fortalecer a confiança de nossos parceiros e clientes.

Em um mercado tão dinâmico, é muito importante para uma empresa, como as nossas, sempre estar com parceiros como a Revista Gôndola, que traz conteúdo de qualidade e relevância, nos proporciona uma visão mais ampla das oportunidades e desafios.

Recebemos feedbacks muito positivos dos leitores após anunciarmos na Gôndola. Muitos mencionaram que nossos produtos ganharam mais visibilidade e complementaridade. Além disso, o alcance da revista nos ajudou a conquistar novos clientes e fortalecer nosso relacionamento com parceiros do setor.

Cada um de vocês desempenha um papel crucial na nossa história, e juntos, construímos algo verdadeiramente notável, sempre guiados pela paixão e pela criatividade. Muito obrigado por fazerem parte desta jornada incrível!



Lázaro Magalhães, Presidente e Fundador da Politriz

Casaflor

PERFUMES

LANÇAMENTO

AROMA DE BRASILIDADE POR TODA CASA



Açaí

Com toda exuberância e frescor da fragrância de Açaí, foi desenvolvido para proporcionar uma experiência de limpeza revigorante e envolvente em cada aplicação.

Água de Coco

Inspirada nas belas praias Brasileiras e no frescor das águas cristalinas, a fragrância de Água de Coco oferece uma sensação de limpeza revitalizante em cada aplicação, proporcionando uma atmosfera relaxante e tranquila por toda a casa.

Graviola

Com a fragrância exótica e revigorante da graviola, sua perfumação proporciona uma atmosfera de tranquilidade e bem-estar, transportando você para um paraíso tropical sem sair de casa.

Caju

Inspirada na doçura e no frescor da fruta, a fragrância do Caju oferece uma sensação de limpeza delicada e refrescante em cada aplicação, fazendo da limpeza da sua casa uma atividade agradável e relaxante. Viva essa experiência de frescor e bem-estar.



@politriz.official

É DO BRASIL  É DE CASA

Politriz
É de casa.

Revista Gôndola – 30 Anos na vanguarda do varejo

A Revista Gôndola sempre teve importância capital para a Rede Minipreço como fonte de informações precisas e sintonizadas com o universo supermercadista, suas tendências, seus desafios, suas adequações econômicas, financeiras e estruturais o que nos guia às oportunidades, sempre disponibilizadas pelo excelente trabalho da AMIS – Associação Mineira de Supermercados em prol do desenvolvimento supermercadista e de todo o arranjo produtivo que engloba o setor.

A Rede Minipreço, com seus 20 anos de sucesso e serviços prestados aos nossos associados tem na revista Gôndola a referência para toda a dinâmica do setor supermercadista nacional.

Nós, empreendedores do setor supermercadista, precisamos estar sempre atualizados! Este princípio a Rede Minipreço aplica ao seu time de colaboradores, que atuam focados no sucesso dos nossos parceiros.

Para nós, executivos da Rede Minipreço, a publicação de anúncio ou entrevista na revista Gôndola promove a valorização dos nossos associados, uma vez que mostra os bons resultados, a força do grupo de lojistas e fornecedores que atuam incansavelmente para o abastecimento das lojas, com um mix padronizado no melhor preço, qualidade e quantidade, fortalecendo a presença da Rede em quase todo Estado de Minas Gerais.

Nossas publicações na revista Gôndola fortalecem nossa competência e posicionamento! Atuamos no presente focados no sucesso dos nossos mais de 230 associados, colaboradores e parceiros de negócios, a Rede Minipreço sente-se honrada por ser apoiada pela revista Gôndola, que com seu time especializado de jornalistas, fotógrafos e pesquisadores, liderados pelo editor Giovanni Peres, nos mantém na vanguarda do ecossistema do varejo.

Parabéns, revista Gôndola!



**+ DE 200 SUPERMERCADOS
ASSOCIADOS**

www.redeminipreco.com.br



CEO DA REDE MINIPREÇO
Elir Martins



+ DE 200 SUPERMERCADOS ASSOCIADOS

**VISITE
NOSSO STAND**



SUPERMINAS
Food Show 2024

VOCÊ É NOSSO CONVIDADO
PARA O 36º CONGRESSO E
FEIRA SUPERMERCADISTA
E DA PANIFICAÇÃO.

STAND
F42



22 a 24
OUTUBRO

GRUPO ABC, PARABÉNS GÔNDOLA!

A revista Gôndola oferece para toda a rede varejista importantes informações sobre o setor, agregando conteúdos relevantes e atualizações sobre as empresas, além de visões sobre o futuro do varejo. Assim todos nós nos mantemos conectados, proporcionando ao cliente um atendimento cada vez mais personalizado e eficiente.

Somos muito gratos a revista Gôndola, pois com ela nos proporciona visibilidade em todo o setor, conseguimos ser destaque em nossa rede e cada vez mais facilita nossa comunicação com o grupo varejista.

O Grupo ABC parabeniza e agradece imensamente esses 30 anos da Gôndola de importante comunicação do setor. Seu profissionalismo eleva a importância dos supermercados até o consumidor final.



Thulio Martins
Diretor Comercial e Marketing do Grupo ABC

O que nunca pode faltar na Gôndola?

Nossa Homenagem.

Parabéns, Revista Gôndola.

Há 30 anos abastecendo o mercado mineiro e brasileiro das
melhores informações do varejo!



A expansão da **REDE VIVENCI**

PREPARANDO A ABERTURA DA SEXTA UNIDADE, REDE ESTÁ PRESENTE EM QUATRO CIDADES DA ZONA DA MATA MINEIRA, MAIS PROPRIAMENTE NA REGIÃO DO CAPARAÓ. EMPRESA INVESTIU EM MODERNIZAÇÃO DE LOJAS, EXPANSÃO E NO MERCADO ON-LINE E DEVERÁ TER FATURAMENTO SUPERIOR A R\$ 80 MILHÕES ESTE ANO

Adenilson Fonseca

Em janeiro de 2025, a rede Vivenci Supermercados, de Espera Feliz, vai fincar sua bandeira em mais uma cidade da Zona da Mata mineira. Será a vez de Caran-

gola, a cerca de 25 quilômetros da cidade-sede do Grupo, receber uma unidade da rede. Com o empreendimento, diz o sócio-diretor e sucessor, Vanilton Guilherme de César Mateus, a empresa





“continua ampliando os horizontes, com um plano de expansão bem definido”.

Entre os próximos passos estão reformas e melhorias nas lojas e a criação de uma cafeteria em Espera Feliz, cidade que é referência na produção de cafés de alta qualidade, com as lavouras cultivadas no entorno do Parque Nacional do Caparaó. Esse patrimônio natural fica aos pés do Pico da Bandeira, terceiro mais alto do Brasil, com 2.891,4 metros de altitude, segundo o IBGE.

Por falar em altitude, é esse olhar para o alto que rege os destinos da empresa, que em 2023 faturou R\$ 78,8 milhões, em cinco lojas, e encerrou o ano empregando 256 colaboradores de forma direta. Os números são do ranking nacional do setor elaborado pela Associação Brasileira de Supermercados (Abras) e confirmados pela empresa.

ORIGEM

A rede Vivenci Supermercados foi fundada em Espera Feliz, com o nome de Sacolão Supermercado, em 2002, por Antônio Xavier, um comerciante de café. Três anos mais tarde, em dezembro de 2005, Fábio Victor Cesar e Vanilton Mateus adquiriram das mãos de Antônio Xavier o Sacolão Supermercado.

Em 2015, então com uma única loja, a empresa iniciou a expansão para as cidades vizinhas e instalou a primeira filial em Caiana, também na Zona da Mata. Atualmente, as cinco lojas estão presentes em quatro cidades.



Além da sede do Grupo, Espera Feliz, e de Caiana, possui duas unidades em Divino e uma em Alto Jequitibá. “A empresa continua em crescimento e está em obras para inaugurar sua sexta loja, em Carangola, que será a maior e mais moderna do Grupo”, ratifica o sucessor, Guilherme Mateus, que é filho de Vanilton Mateus.

2ª GERAÇÃO

Representando a segunda geração da Companhia, Guilherme já participa de decisões que vêm mudando a cara da empresa. Mudanças não só na forma de falar, ou na expansão do Grupo, mas na marca em si, literalmente. “Em janeiro de 2023, a marca passou por uma transformação. O antigo “Sacolão Supermercados” deu lugar a uma nova identidade, mais alinhada com o espírito das lojas e mais próxima dos clientes: nasceu o Vivenci Supermercados”, relata.

Acima fachada de loja da rede Vivenci, quando ainda utilizava a antiga marca; no alto, vista geral de uma das lojas atuais da rede; na página ao lado, fachada atual de loja da rede e cenas da área de vendas



Uma grande enchente devastou 70% da cidade de Espera Feliz em 2020, com forte impacto em uma das lojas

O novo nome tem o objetivo de trazer a ideia de casa, de pertencimento, para o cliente. Vem de “vivenda”, que significa casa, lugar para morar. Pode ser também vivência, que quer dizer experiência ou o ato de conviver. Segundo Guilherme, a essência da nova marca é criar um ambiente acolhedor, onde os clientes se sintam em casa, refletido no slogan: “Um lugar todo seu!”.

Desde a compra junto ao fundador, os sócios da empresa permanecem os mesmos. As mudanças, no entanto, são contínuas, especialmente no que se refere às melhorias dos empreendimentos e desenvolvimento dos profissionais. “A equipe Vivenci participa de treinamentos periódicos, realizados por consultores, instituições parceiras e pela própria equipe de gestão do supermercado”, informa Mateus.

Mesmo estando mais afastados de regiões metropolitanas, isso não quer dizer que a concorrência seja menor e os desafios não sejam muito grandes. Mas para fazer frente a isso e atender de

forma adequada o cliente, a empresa tem seus propósitos bem definidos. “O objetivo é atender às exigências do público e entregar muito mais do que eles esperam, tornando o Vivenci verdadeiramente ‘um lugar todo seu,’” detalha o sucessor.

PARCERIAS NO ABASTECIMENTO

Para o sortimento das lojas, que atendem a todos os perfis de clientes, a empresa tem a parceria de indústrias e de atacadistas que entregam diretamente nos supermercados. Segundo Guilherme, a empresa mantém boas relações também com atacadistas, buscando oportunidades de negociação. “O Vivenci tem trabalhado arduamente para garantir as melhores condições comerciais, mantendo um *mix* de produtos saudável e competitivo”, afirma.

A empresa desenvolveu também linhas de produtos próprios, como a Vivenci Grill e o Café Vivenci, selecionados por especialistas e “processados para oferecer uma experiência única aos clientes”, ressalta.

Além do cliente que está no dia a dia das lojas, o sortimento atende também àquele que prefere fazer as compras pelos canais digitais. A rede tem apostado forte no *e-commerce*, na loja *on-line* e nas mídias sociais. Estas, conta o sucessor, se tornaram ferramentas importantes para vendas e comodidade dos clientes.

As informações chegam aos consumidores por meio das redes sociais e eles fazem suas compras via *e-commerce* ou pelo *WhatsApp* e são prontamente atendidos. “Com uma equipe dedicada ao atendimento e à separação de mercadorias, esse



serviço é um diferencial atraente para clientes com rotinas cada vez mais corridas”, esclarece Guilherme.

DESAFIOS

Quem vive o cotidiano do setor supermercadista sabe que o dia a dia é repleto dos mais variados desafios. Eles vão de situações mais simples de resolver, junto a um colaborador, um fornecedor ou ao cliente, a barreiras quase intransponíveis. “Entre os desafios que a empresa enfrentou, destaca-se a enchente em Espera Feliz, em 2020, quando 70% da cidade foi devastada pelas águas”, ilustra o jovem diretor. “A graça de Deus foi tão grande que recebemos ajuda de pessoas que jamais imaginávamos”, completa, se referindo à reconstrução da loja atingida pela enchente.

Ele recorda que, ao chegar à matriz para recomeçar, percebeu a força da solidariedade e o quanto a empresa é querida na cidade, diante de tantas ajudas. “Vimos empresas parceiras, clientes, amigos e até desconhecidos contribuindo para que tudo voltasse ao normal o mais rápido possível”, comemora. 🛒



A nova marca da rede e sua programação visual na fachada das lojas

TRAJETÓRIA DE CRESCIMENTO DA REDE

2002 - Criação da empresa, por Antônio Xavier;
2005 – Aquisição, por Fábio César e Vanilton Mateus;
2015 - Aquisição da primeira filial, em Caiana;
2017 - Aquisição da terceira loja em Divino;
2018 - Aquisição da quarta loja, em Alto Jequitibá;
2020 – Filial da empresa é reaberta após ser destruída por enchentes;
2020 - Aquisição da quinta loja em Divino;
2020 - Implantação da loja <i>on-line</i> ;
2023 - <i>Rebranding</i> da marca e novo nome;
Janeiro de 2025 – abertura da sexta loja.

A homenagem dos parceiros da Rede Vivenci



CAFÉS PREMIADOS EM CONCURSO PROMOVIDO PELO GOVERNO DE MINAS CHEGAM À REDE VERDEMAR

Desde o final de agosto já estão nas gôndolas das 16 lojas da rede Verdemar os Cafés especiais vencedores do 20º Concurso de Qualidade dos Cafés de Minas Gerais. Há seis anos, a rede de supermercados lança a linha “Cafés Campeões Verdemar” com os grãos que obtiveram as maiores notas na competição promovida pelo Governo de Minas, por meio da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (Emater-MG).

Neste ano, 11 produtores das regiões das Matas de Minas, Cerrado e Sul de Minas tiveram os cafés colocados à venda nas 16 lojas do Verdemar. Os grãos são da safra 2023. Durante o evento de lançamento dos produtos, o governador Romeu Zema destacou o protagonismo do café mineiro.

Ele lembrou que de cada quatro xícaras de café consumidas no mundo, uma é produzida em Minas Gerais. Zema ressaltou que, quando o agricultor é mais bem remunerado, ele investe na lavoura e amplia a contratação de mão de obra, gerando empregos e renda. “Nós entramos em um círculo virtuoso. É o que o governo tem feito, juntamente com a Emater-MG e com a Epamig, com o apoio do Verdemar”, completou.

O sócio-diretor do Verdemar e presidente da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), Alexandre Poni, ressaltou que o objetivo da parceria é promover a valorização dos grãos, divulgar os diferenciais de cada região e facilitar o acesso da população aos cafés especiais.

“O que impacta nesse projeto nosso de cafés especiais, de cafés campeões é compartilhar com nossos clientes esse aprendizado de beber uma bebida diferente, não é mais aquele café preto, é com torra clara, um café marrom que ele vai tomar e sentir o gosto. É incentivar e sentir o gosto do fruto”, disse.

Ele destacou que o concurso da Emater-MG “é altamente eclético”, contando com a participação dos grandes produtores, mas sendo a maioria pequenos cafeicultores. “É uma seleção às cegas e, neste ano, foram 1.600 amostras participantes. Nosso objetivo é incentivar e valorizar os produtores. Queremos divulgar e fazer com que os cafés especiais cheguem aos consumidores. É difícil, mas queremos que a população saiba o que é um café especial. Isso para mim é o mais importante e é o propósito do concurso. É importante mostrar o que virou a agricultura, o agronegócio e a potência deste produto no Estado”, disse Poni.

Esse é considerado o maior e um dos mais rigorosos concursos do país, por revelar os grãos mais finos e exóticos do estado e de três regiões produtoras: Matas de Minas, Cerrado Mineiro e Sul de Minas. Na 20ª edição do concurso, o Grande Campeão foi o produtor Mamédio Martins dos Santos da cidade de Sabará, na região das Matas de Minas. A produção de Mamédio acontece no Sítio Santa Rosa e está a 1.400 metros de altitude, o que favorece a produção de cafés especiais. 🇧🇷



Da esq. p/ dir: o Presidente da Emater-MG, Otávio Maia; o Presidente da AMIS, Alexandre Poni e o Governador de Minas Gerais, Romeu Zema; cafeicultores premiados

VITÓRIA IMPORTANTE NO STJ: a restituição do ICMS-ST e a desnecessidade de comprovação do encargo financeiro



Henrique Azevedo*

[Membro do Comitê Tributário da AMIS]

O regime da substituição tributária para frente é prática consolidada em nosso país quando se trata da apuração e recolhimento do ICMS. Nessa sistemática, o tributo é devido nos elos iniciais da cadeia, normalmente voltando a incidência para o momento da saída do estabelecimento fabricante.

No entanto, para que esse regime funcione, é imprescindível que o ICMS recolhido por antecipação seja calculado mediante bases presumidas, ou seja, sendo atribuídos valores de operação considerando todas as etapas da cadeia, até que a mercadoria chegue ao consumidor final.

Fácil perceber que a utilização de bases presumidas pode levar a distorções significativas. Sob o ponto de vista do contribuinte, a venda a consumidor final por um preço inferior ao presumido implica em recolhimento a maior do imposto.

Nesse sentido, após décadas de discussão, o STF firmou o entendimento de que é devida a restituição do ICMS-ST quando a base de cálculo efetiva da operação for inferior à presumida (Tema 201 da Repercussão Geral).

A situação, portanto, parecia estar resolvida. Todavia, como no Brasil “até o passado é incerto” (vide decisão recente do STF sobre a coisa julgada em matéria tributária), os fiscos acabaram impondo um entrave para os pedidos de restituição do ICMS-ST.

Esse entrave é justamente a comprovação, por parte do contribuinte substituído, de que este não repassou o encargo financeiro do tributo para o consumidor final. Em outras palavras, exigiu-se como requisito para o ressarcimento a aplicação do art. 166 do CTN.

Resta evidente, principalmente considerando as operações de varejo, que a efetiva comprovação de que o contribuinte substituído não repassou o encargo financeiro para cada um de seus clientes inviabiliza, na prática, os pedidos de restituição do ICMS-ST.

Diante desse cenário, a matéria foi afetada para julgamento em sede de Recursos Repetitivos pelo STJ, sendo que, após participação direta do setor supermercadista, os contribuintes sagraram-se vitoriosos. Ficou decidido que para fins de ressarcimento do ICMS-ST não é necessária a comprovação de que não foi repassado o encargo financeiro para o consumidor final. Em síntese, consignou-se que nessas hipóteses o art. 166 do CTN é inaplicável por se tratar a questão de mero ressarcimento constitucionalmente determinado.

Com a referida decisão, o entrave para os pedidos de restituição fica afastado, o que, segundo a Associação Brasileira dos Atacados de Autosserviço (Abaas), tem impacto estimado de mais de R\$ 1,8 bilhão.

* Advogado do escritório Azevedo Geraldini Advogados, conveniado da AMIS

DE OLHO NO LÍDER

O CONSUMO DE PROTEÍNA ANIMAL NO BRASIL CRESCEU 26% NO 1º SEMESTRE E PROMETE FECHAR BEM O ANO. NA DISPUTA ENTRE ELAS, O FRANGO JÁ RESPONDE POR 46 KG PER CAPITA; O BOI, 35 E O SUÍNO, 21. COMO VOCÊ TEM TRABALHADO ESSES PRODUTOS?

Giovanni Peres

Em imagem feita no exterior, a família reunida para o jantar em que o frango é a proteína animal principal. O Brasil é atualmente o maior exportador de carne de frango do mundo, responsável por 35% das exportações globais do produto

O frango é a carne mais consumida no Brasil, com a média de 45 quilos por habitante/ano e deve passar para 46 quilos em 2024, com os níveis de emprego atuais e a melhoria geral da renda da população. O crescimento de 26% no consumo de proteína animal no 1º semestre indica a tendência. A bovina é 35 quilos por habitante e a suína, 21. Os dados são da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA) e da Kantar.

A ABPA acrescenta: a carne de frango é a mais acessível a todas as classes de renda, pois é a mais barata, comparativamente às demais, desde 2005, ou seja, há 19 anos, de forma consecutiva. Uma das razões para isso é o fato de o nosso país ser o segundo maior produtor de carne de frango do mundo e maior exportador.

É tanto frango produzido aqui que o Brasil abastece seu mercado interno com 65% da produção e exporta o restante. Com números e ten-





dências assim de produção e consumo, o supermercadista certamente precisa estar atento sobre como tem trabalhado o produto e seus derivados.

Se ainda não estiver convencido, veja em detalhes as informações divulgadas dia 16 de setembro pela Kantar, que apontam crescimento de 26% no consumo de proteínas animais em relação a 2023 (e o frango é uma delas). Segundo a Kantar, no primeiro semestre deste ano os lares brasileiros consumiram, em média, 54 quilos desses alimentos.

Esse avanço se deve especialmente à estabilização dos preços, na opinião de Raquel Ferreira, diretora comercial da divisão Worldpanel da Kantar. O brasileiro faz hoje, em média, quatro compras de proteínas por mês, uma missão a mais do que fazia em 2023. A maior concentração ainda é de aves, bovinos e suínos, que representam 64% do volume consumido no País. Nada melhor que ficar atento ao frango, ao boi, ao suíno, ao pescado e assim por diante.

CLASSES D/E

Mais uma boa notícia. “Outro dado importante é que as classes DE vêm tendo mais acesso a cortes de maior valor agregado e incorporaram novos cortes à sua rotina de alimentação. É um cenário muito positivo, que mostra que quando o consumidor tem o bolso mais disponível, a categoria de proteínas cresce”, comenta a executiva da Kantar.

Acima, funcionários da seção de açougue preparando a exposição de cortes frescos de frango; ao lado, grelhado de carne bovina e, abaixo, corte de suíno; essas duas carnes ocupam o 2º e 3º lugares, respectivamente, no ranking nacional do consumo de proteína animal, liderado pelo frango





Coxinha da asa de frango entusiasmando o jantar de jovem consumidor

“Para os próximos anos, vemos uma mesa mais farta com proteínas, e a indústria tentando tornar esse consumo mais democrático, com outras formas de embalagens e mais disponibilidade em canais de compra”, finaliza Ferreira.

Os dados divulgados pela Kantar fazem parte de seu Painel de Uso e Consumo, que acompanha o comportamento dos brasileiros em bens de consumo massivo – alimentos, bebidas, artigos de limpeza do lar e itens de higiene e beleza pessoal, de maneira contínua. O estudo reúne 11.300 domicílios de todas as regiões e classes sociais do País, representando 60 milhões de lares.

DE OLHO

Atenção ao frango e às demais proteínas animais é o que não falta na rede Supermercado do Paulinho, da macrorregião do Centro-Oeste Mineiro, com quatro lojas em Bambuí e uma em Medeiros, além de um CD que atende 65 municípios em um raio de até 65 km de Bambuí, além das licitações federais, municipais e estaduais. O sócio proprietário da empresa é o Vice-Presidente Regional da AMIS, Paulo José Israel Azevedo.

Paulinho, como é mais conhecido, confirma os números dos dois estudos, em especial o



Sabor pra
toda vida!



www.rivelli.ind.br

  /rivelliemacao   /rivelli



Coxa e sobrecoxa de frango, acompanhadas de molho especial e salada

da ABPA, relativo ao frango. “Por estar com preço menor que em anos anteriores, a venda de frango aumentou na faixa de 30%”. Na rede do Paulinho, o segundo lugar é do suíno.

“O suíno ficou muito competitivo na nossa região. Acredito que o fator preço ajudou”. Mesmo assim, não reclama das vendas de carne bovina, que estariam em um patamar bom. Voltando a falar do frango, Paulinho faz questão de lembrar que o consumidor atual está mesmo habituado a comprar os cortes de frango.

EM CORTES E LANÇAMENTOS

“Quinze anos atrás, o que predominava era a venda do frango inteiro. Hoje, 90% da venda é dos cortes. Cada pessoa escolhe o corte que quer e já leva”. Ele ressalta que “nos últimos tempos o frango está dominando a área das proteínas e toda semana a gente coloca um corte em promoção”.

A rede está aberta também a lançamentos. “Na verdade, o lançamento quem decide é o cliente. A gente coloca no tabloide e é bem trabalhado na loja. Se o cliente levar na primeira vez e fizer recompra, a gente continua. Se não tiver recompra, fica na primeira experiência”, explica.

“A gente percebe que a venda de carnes aumentou consideravelmente. No nosso caso, fica nessa classificação: em primeiro lugar o frango, em 2º a suína e em 3º a bovina. A gente percebe que quando faz promoção de um corte de frango é ele o que será o mais vendido naquela semana ou no período correspondente à promoção”, detalha Paulinho.

CONCORRÊNCIA

O Vice-Presidente lembra que a concorrência dos fornecedores nas três proteínas é bem grande. “Toda segunda-feira fazemos a cotação da bolsa e com os fornecedores. Aquele que tiver com preço melhor vai encartar, fazer uma promoção maior e tudo mais”, ensina. “Nós aqui não assamos frango, como outros supermercados e padarias na cidade fazem, mas a gente tem parceria com dois ou três que fazem esse serviço e repassamos para eles”.



EXPERIMENTE
ESTE **SABOR!**

Avivar Alimentos
na Superminas 2024!

**Venha visitar
nosso stand!**



mix com mais de
130 produtos

presente em **20**
estados brasileiros

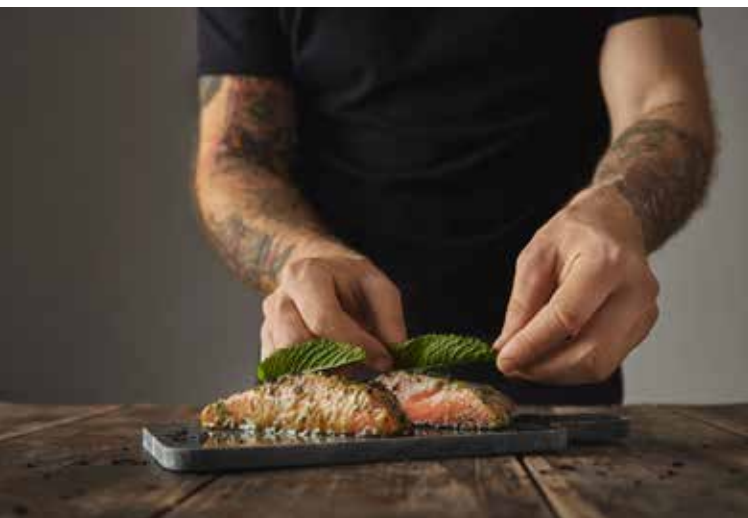
360 municípios
mineiros

36 países ao
redor do mundo

+22 mil clientes
ativos

Conheça nosso
mix de produtos





Acima, à esquerda, finalizando postas de salmão (os pescados têm avançado também entre os consumidores de proteína animal) e, à direita, bisteca suína, acompanhada de cenouras cozidas

Ainda uma última observação do Paulinho: “Os produtos derivados de frango estão sendo mais bem elaborados, agregando mais valor. Tem produto que vem da indústria pronto para assar no forno, na churrasqueira ou na *air fryer*. Isso agrega valor tanto para o fabricante como para a gente também”, destaca.

DIFERENTES RANKINGS

É sempre bom lembrar que o território mineiro é o 4º maior em área no Brasil, sendo inclusive 5% maior que a França, por sua vez o maior país em território na Europa. Assim, diferenças de comportamento de consumo e vendas podem ocorrer em Minas. Por exemplo: a 433 quilômetros de Bambuí, na cidade de Diamantina, na macrorregião mineira do Vale do Jequitinhonha, a realidade é muito parecida com a do Paulinho, no Centro-Oeste, porém não idêntica.

Na rede Supermercados Cordeiro, com 14 lojas nas cidades de Diamantina, Curvelo, Pirapora, Montes Claros, Araçuaí, Salinas, Taiobeiras e Bocaiúva, a carne de frango é, sim, a mais consumida, mas a diferença não é tão distante em relação às demais. Além disso, de acordo com Caio Araújo, Diretor Comercial da Rede Cordeiro, “o frango vem em 1º no ranking, depois o bovino e em 3º o suíno”.

Contudo, a distância entre o frango e os demais poderá ser maior até o final do ano. “De fato, tivemos um aumento no volume para o frango no primeiro semestre no comparativo com 2023. Acredito que será ainda maior no segundo semestre, principalmente se o valor do quilo do corte suíno continuar se mantendo nos patamares dos últimos dois meses, deixando o frango ainda mais competitivo”, avalia Caio.

AIR FRYER

A rede tem dado apoio ao frango. “Vem ganhando mais espaço pela relevância e o volume de lançamentos que os fornecedores têm oferecido”, diz Caio, que explica melhor a questão dos lançamentos: “Buscamos nos manter atualizados, com a devida análise para não inchar a categoria, pois é grande o volume de lançamentos e produtos semelhantes. Destaque para os que oferecem mais praticidade no modo de preparo *air fryer* e naqueles com embalagens *ziplock*, congelados um a um”.

Não só os lançamentos, mas os cortes de frango têm presença garantida nos tabloides. Outra diretriz da rede: “Sempre temos atenção aos fornecedores regionais e locais, desde que atendam às normas IMA ou SIF”, relata Caio. Como na rede do Centro-Oeste, também na rede do Jequitinhonha não há o frango assado. 🛒

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

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

2025



*Datas sujeitas a alterações.

O Diretor Presidente do Mário Penna, Marco Antônio Viana Leite; o Presidente da AMIS, Alexandre Poni; a presidente da Volmape, Cléssia Pereira; o padre da Paróquia Bom Jesus do Vale, Alexandre Fernandes; a presidente da Comissão Feminina da AMIS, Luciana Poni; e a Vice-Presidente da Volmape, Adriana Moreira

BAZAR DO BEM CHEGA À 7ª EDIÇÃO COM MUITA SOLIDARIEDADE

Importante ação de solidariedade e amor, o Bazar do Bem foi retomado nos dias 5, 6 e 7 de setembro, no espaço de eventos da Associação Mineira de Supermercados (AMIS). O evento, em sua sétima edição, é realizado pela Comissão Feminina da AMIS e as Voluntárias do Mário Penna (Volmape), com o

objetivo de apoiar o trabalho do Instituto Mário Penna.

A abertura oficial, na noite de 4 de setembro, teve presença da presidente da Comissão Feminina da AMIS, Luciana Poni; da presidente da Volmape, Cléssia Pereira; do Presidente da AMIS, Alexandre Poni, e do Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala, além do Diretor Presidente do Mário Penna, Marco Antônio Viana Leite, e várias integrantes da Volmape.

Em seu pronunciamento na abertura oficial, Luciana Poni, falou da volta do bazar e das expectativas. “Hoje, o que a gente sente aqui é uma força do bem”, disse ela em frente ao bazar todo montado para ser aberto no dia seguinte. “Que o fruto disso aqui, tenha o resultado que a gente espera para fazer o bem”, completou.

Alexandre Poni falou das expectativas com o bazar, mas, principalmente, do que representa no atendimento a quem precisa. “Ver essa energia





aqui é muito importante, mas o que mais importa mesmo é o grande propósito de tudo isso. Que a gente consiga fazer cada vez mais em prol desse ato”, completou.

Cléssia Pereira falou da relevância do bazar, do seu reconhecimento na cidade e destacou o apoio de todos na realização. “Quando a gente está com o coração voltado para fazer o bem, isso não tem preço, e tenho certeza de que é o que nos move aqui”, disse.

NÚMEROS

O 7º Bazar do Bem vendeu cerca de 12 mil peças nos três dias e recebeu a visita de 2.296 compradores. Houve a participação de 93 voluntários. Os recursos conseguidos com o bazar são revertidos para diversas ações voluntárias junto aos pacientes carentes do Instituto Mário Penna, como cerca de 600 lanches servidos por dia para pacientes em quimioterapia e seus acompanhantes.

Outra forma de apoio é o atendimento às necessidades de pacientes em leito e seus acompanhantes na oferta de itens como de

higiene bucal, fralda, pente, xampu, hidratante corporal, sandálias, peças íntimas, touca, barbeador e roupas diversas. A Volmape compra também medicamentos não fornecidos pelo SUS e realiza exames a pacientes carentes e assistência pós internação, mediante indicação da necessidade pela equipe de humanização do Hospital Luxemburgo. 🛒

Integrantes da Volmape e da Comissão Feminina da AMIS



O Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala; a integrante da Comissão Feminina da AMIS, Carmélia Nametala; a Presidente da Comissão Feminina da AMIS, Luciana Poni; o Presidente da AMIS, Alexandre Poni e o Diretor Presidente do Mário Penna, Marco Antônio Viana Leite

EVENTOS NO INTERIOR

Um ano de sucesso!

Os eventos SEVAR, Líderes do Varejo e Superinter deste ano foram um sucesso!

PARTICIPARAM MAIS DE

14.480

413

578

5.780 kg



PARTICIPANTES



EXPOSITORES/
PATROCINADORES



CIDADES



DOAÇÕES



Agradecemos a todos os participantes, patrocinadores e expositores. Fiquem ligados nos próximos eventos.

AMIS
Associação Mineira de Supermercados



EXPERIÊNCIA
DO CLIENTE

Assaí inaugura sua 1ª unidade em Juiz de Fora

Dando continuidade à expansão em Minas Gerais, o Assaí inaugurou dia 19, sua primeira loja em Juiz de Fora, principal cidade-polo da Zona da Mata Mineira. A Companhia abriu as portas do Assaí Juiz de Fora, localizada na Avenida Brasil, 601, no bairro Santa Teresa, às margens do Rio Paraibuna e a menos de 2km do Centro, no coração da cidade.

A loja conta com um mix variado de produtos, desde os frescos, hortifruti e itens de mercearia (em diferentes tamanhos de embalagens para atender tanto o cliente comerciante quanto as famílias), itens de limpeza, higiene pessoal, bazar, pneus, eletroportáteis e toda uma linha de embalagens e descartáveis. Ainda, um mix completo de serviços, como açougue, empório de frios, cafeteria e padaria.

O Assaí Juiz de Fora gerou cerca de 600 empregos entre diretos e indiretos. A unidade tem mais de 17.7 mil m² de área construída, sendo mais de 5.4 mil m² de área de loja, com pé-direito alto, iluminação sustentável, amplo estacionamento com 399 vagas, uma variedade de mais de 9 mil produtos, além de climatização e ambientação para um momento de compras confortável e acolhedor. Para garan-

tir um atendimento com agilidade, a unidade conta, também, com 26 caixas de pagamento, incluindo 6 opções de caixas para autoatendimento.

ASSAÍ EM MG

Atualmente, a Companhia está presente em 24 estados mais o Distrito Federal com mais de 290 lojas. Em Minas Gerais, são 9 lojas do Atacadista, com a nova unidade de Juiz de Fora. A Companhia já está presente em: Betim, Contagem, Ipatinga, Sete Lagoas, Uberlândia e Belo Horizonte (Belvedere, Santa Efigênia e Minas Shopping).



Oliveira Super abre sexta loja no Centro-Oeste mineiro

A rede Oliveira Super expande sua atuação pelo Centro-Oeste do estado e chega a seis lojas na região. Depois de uma unidade em Carmo Cajuru, no dia 5 de setembro, dia 13 foi a vez de o município de Oliveira receber a primeira loja da bandeira. A nova loja tem 1 mil metros quadrados de área de venda e área total de 2 mil metros, incluindo espaço de armazenamento e o estacionamento. São oito terminais de caixas, inclusive dois de autoatendimento. “A



gente vem com o self checkout que tem agilizado muito no nosso trabalho e a vida do cliente”, afirma o sócio-diretor da rede, Ronaldo Oliveira.

A loja dispõe do mix em seções como bebidas quentes e geladas, bazar, hortifrutigranjeiros, padaria, confeitaria e o açougue, um sortimento com marcas nacionais regionais e locais. “O fornecedor local abraça o cliente porque esse cliente está acostumado com o produto e a gente dá essa oportunidade para o produtor rural que está aqui próximo, a indústria pequena, que está começando na região e que a cidade valoriza, porque conhece a marca, e a gente está junto também”, informa o sócio-diretor. Com sede em Nova Serrana, a rede Oliveira Super tem 19 anos de mercado e emprega diretamente cerca de 400 colaboradores. Além da cidade sede, suas lojas estão localizadas em Perdigoão, Carmo do Cajuru e agora, o mais novo empreendimento em Oliveira. A previsão é de abertura de mais uma unidade até o final de setembro. Será a vez de Carmópolis de Minas receber a bandeira.

BH Atacado e Varejo em Curvelo

Curvelo, na região central do estado, recebeu dia 12 de setembro, a primeira loja de atacado e varejo da bandeira BH. O empreendimento é o segundo da empresa na cidade, que já operava uma unidade Supermercados BH, no bairro Passaginha.

A nova loja integra o complexo do MyMall Curvelo, na avenida Bias Fortes, 1669, no bairro Vila de Lourdes. A localização é próxima à entrada da cidade pela rodovia LMG 754, que liga Curvelo a Cordisburgo.

O BH Atacado e Varejo em Curvelo tem área de vendas de 2.288m² e 16 checkouts. O estacionamento tem capacidade de aproximadamente 100 vagas. “A inauguração proporcionou 109 novas vagas de emprego, reafirmando o compromisso da rede com o desenvolvimento da comunidade local”, informa a companhia. O formato de Atacado e Varejo oferece estrutura para atender tanto os consumidores locais quanto os pequenos comerciantes da região.

O sortimento é composto de variadas linhas e seções, como açougue, automotivos, bazar, bebidas, cuidados pessoais, produtos de limpeza, frios, laticínios e padaria, tanto das principais marcas do mercado, quanto de produtos regionais e a linha exclusiva de marca própria BH.



Mais uma unidade do Uberaba Supermercados em Vespasiano

A rede Uberaba Supermercados inaugurou mais uma unidade na Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH). Na manhã do dia 6 de setembro, a direção da rede recebeu clientes e fornecedores em um café da manhã de boas-vindas e para a benção, que antecedeu a abertura das portas da nova loja, no



bairro Gávea, em Vespasiano. É a sétima unidade da rede e a segunda na cidade.

Com 3,5 mil metros quadrados de área de vendas e 19 checkouts, a loja dispõe ainda de estacionamento com mais de 100 vagas. “Esta é a nossa melhor loja, tanto em dimensões, quanto em sortimento e benfeitoria”, afirma o diretor Comercial da empresa, Francisco Silva. Com mais de R\$ 20 milhões em investimentos, a loja gerou cerca de 200 empregos de forma direta. O Uberaba Supermercados tem lojas em Belo Horizonte, Ribeirão das Neves, Santa Luzia, e em Vespasiano. A rede encerrou o ano de 2023, com seis lojas, 635 colaboradores de forma direta e faturamento de R\$ 227,96 milhões, de acordo o Ranking Abras 2024. A previsão para este ano é de chegar R\$ 231,96 milhões em faturamento.

Qualiseg Brasil entra em novo negócio e reforça equipe de executivos

A Qualiseg Brasil, corretora especializada em seguros corporativos focados no varejo, especialmente supermercadista, anuncia novo executivo para a equipe. É Eduardo Garcia, com larga experiência no setor de seguros. O novo executivo vai cuidar da Qualiseg Brasil RE, braço de resseguros e novo segmento em que a Qualiseg Brasil acaba de entrar. “Estamos muito felizes por ele ter aceitado nosso convite de se juntar à Qualiseg Brasil e comandar este importante braço do grupo a partir de agora”, afirma o CEO da companhia, Marcelo de Sousa.

Eduardo Garcia também falou da nova função e das expectativas na empresa. “Estou muito honrado em me juntar ao Grupo Qualiseg Brasil e extremamente feliz em poder contribuir nesta nova jornada de construção da Qualiseg Brasil RE, empresa que integra o Grupo para consolidar, através do resseguro, nossa especialização no segmento do varejo”. Marcelo de Sousa informa que, desde 2020, vem estruturando a companhia para atender todas as fatias do segmento do varejo. No final de 2021, lançou a Qualiseg Digital, e por meio de aplicativo, consegue atender uma série de produtos e demandas de pequenos e médios supermercadistas.



Eduardo Garcia (E) e Marcelo de Sousa

A Qualiseg Corretora de Seguros está pronta para atender às necessidades não só das mais de 200 redes supermercadistas clientes em todas as linhas, mas também as prospecções que virão, por conta das parcerias com associações empresariais, como a AMIS, ABRAS e ANAMACO.

Faltava atender às necessidades dos grandes riscos. “Destina forma, em 2022 entramos com o processo de licenciamento da Qualiseg Corretora de Resseguros. A partir de janeiro de 2024, a SUSEP oficializou o licenciamento da Qualiseg Brasil RE. O próximo desafio era encontrar um profissional com qualificações e conhecimento nas duas pontas, ou seja, resseguro e segmento de varejo”.

Gestão Engenharia entrega 52.000 m² de obras para o setor supermercadista

A Gestão Engenharia, especializada em Sistemas de Coberturas, vem ganhando espaço no setor supermercadista, revitalizando os telhados de várias redes com sua tecnologia inovadora e sustentável, capaz de enfrentar qualquer problema e patologia, colocando fim nos vazamentos, reduzindo a temperatura interna do ambiente e prolongado a vida útil sem parar a operação do cliente. Apenas em 2024 até o mês de setembro, foram concluídos ao todo 52.000 m² de coberturas revitalizadas do setor supermercadista. Vale destacar que associado Amis

possui bônus especial. Conforme Gustavo Pércope, Diretor Comercial, “a parceria com a Amis tem gerado cada vez mais oportunidades aos seus associados de estar conhecendo o nosso trabalho, pois apresentamos resultados concretos visando sempre dar segurança e vida útil a suas

coberturas. Já trabalhamos em outras unidades do setor varejista e mostramos na prática que recuperar o telhado sem paralisar a atividade de forma eficiente obtém resultados significativos para a operação além, é claro, dos 10 anos de garantia sem manutenção”.



Mart Minas celebra aniversário de 23 anos com a dupla Fernando e Sorocaba

O Mart Minas está completando 23 anos de mercado e para comemorar lançou a campanha especial de aniversário com a assinatura da dupla Fernando e Sorocaba, que traz o slogan “Preço baixo? Aniversário Mart Minas, uai”!

A escolha dos nomes dos “garotos propagandas”, segundo a empresa, foi feita por serem grandes influenciadores e artistas, muito queridos pelos mineiros.

Durante a campanha, que vai até 16 de outubro, todas as unidades da rede apresentarão descontos em itens de mercearia, perecíveis, embalagens, bazar, higiene, bebidas e limpeza. Membros do Clube de Vantagens Mart Mais terão condições especiais de ofertas. O cadastro no clube é gratuito e pode ser feito no site, no app ou direto nos caixas.

A rede disponibiliza ainda o cartão de crédito Mart Minas, pelo qual o cliente tem até 40 dias de prazo de pagamento, além de condições de parcelamento. O cartão pode ser solicitado em qualquer loja



da rede e está disponível nas versões para CNPJ, comerciantes informais e Pessoa Física. Uma novidade da rede neste ano é o lançamento do aplicativo do Mart Minas, disponível nas lojas iOS e Android. Com ele, os

clientes podem acompanhar ofertas das lojas e participar das promoções de aniversário.

O Mart Minas opera 63 lojas no mercado mineiro. A mais nova delas foi inaugurada em Betim, na Grande BH, no dia 13 de agosto. Outras duas unidades vão ser abertas ainda neste ano e em cidades que ainda não contavam com loja da bandeira. Januária e Pirapora, ambas na região norte do estado, receberão os empreendimentos.



Trevo Lácteos projeta faturar R\$ 400 mi em 2024 e ser uma das maiores no país em 3 anos

Desde a entrada da Erhmann, gigante alemã do ramo de laticínios, que adquiriu 51% da empresa em 2018, a Trevo vem tendo forte crescimento. No ano passado, quando adquiriu 100% da indústria mineira, a Erhmann investiu em modernização da fábrica, lançamento de produtos, expansão da equipe e em novos mercados.

No começo deste ano, a Trevo Lácteos recebeu R\$ 100 milhões em

investimentos em maquinários, parque fabril, novos produtos e estratégia de expansão para o estado de São Paulo. Até o fim de 2024, a companhia projeta crescimento de 100% em relação a 2018 e um faturamento que deve chegar a R\$ 400 milhões. A meta é chegar ao faturamento de R\$ 1 bilhão até 2027 e se consolidar como uma das maiores do setor no país.





Ana Paula Cotta França*

[Assessora Jurídica da AMIS]

IMPLEMENTAÇÃO DA LOGÍSTICA REVERSA em Minas Gerais

O Governo de Minas Gerais, por meio da Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (Semad) publicou, no dia 09.02.2024, a Deliberação Normativa Copam nº 249/2024, que define as diretrizes para implementação, operacionalização e monitoramento de sistemas de logística reversa no estado.

Em 2010, a Lei nº 12.305 já havia instituído a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e determinado a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos no país. Em 2022, foi publicado o Decreto Federal 10.936/2022, que estabeleceu, em seu artigo 28, que produtos, seus resíduos e embalagens sejam objeto de logística reversa, definindo obrigações.

A logística reversa é um conjunto de ações que envolve a coleta, transporte, reciclagem e tratamento de produtos, suas embalagens ou outros resíduos, que voltam ao fabricante (responsável por gerenciar a destinação final) para minimizar os impactos ambientais das embalagens no pós-consumo.

Desta feita, houve a implementação do Sistema de Logística Reversa (SLR) em Minas Gerais. Assim, devem estruturar, implementar e operacionalizar, mediante retorno dos produtos e embalagens pós-consumo, os fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes de:

- I** – produtos eletroeletrônicos de uso doméstico, seus componentes e embalagens;
- II** – pilhas e baterias portáteis;
- III** – baterias chumbo-ácido automotivas, industriais e de motocicletas;
- IV** – lâmpadas fluorescentes, de vapor de sódio, de vapor de mercúrio e de luz mista;
- V** – embalagens de óleos lubrificantes;
- VI** – embalagens em geral de plástico, papel, papelão, metais e vidro;

VII – medicamentos domiciliares de uso humano, vencidos ou em desuso, e suas embalagens;

VIII – pneus inservíveis.

A norma definiu detalhadamente as responsabilidades de cada um dos agentes da cadeia produtiva para a operacionalização dos SLR.

A operação precisa ser feita de forma particular (independentemente de serviço público de limpeza) e as obrigações podem ser atendidas de forma coletiva ou individual, sendo necessário cadastrar na Semad o Plano de Logística Reversa até o dia 30.12.2024.

Já a comprovação do cumprimento do Plano quanto à implementação será realizada com a apresentação dos Relatórios Anuais de Resultados da Logística Reversa, até 31 de julho de cada ano, considerando o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro do ano anterior.

PENALIDADES

O descumprimento das obrigações estabelecidas na deliberação constitui infração ambiental cuja fiscalização se dará nos termos do Decreto Estadual que tipifica e classifica infrações às normas de proteção ao meio ambiente e aos recursos hídricos e estabelece procedimentos administrativos de fiscalização e aplicação das penalidades, Decreto nº 47.383, de 02.03.2018.

A responsabilidade das empresas e das entidades gestoras será aferida de forma individualizada, com a avaliação do cumprimento das respectivas obrigações.

A deliberação entrou em vigor na data de sua publicação, ou seja, no dia 09.02.2024.

Fique atento aos prazos!

* Membro da Junta de Recursos Fiscais Sanitários de BH, Coordenadora do Comitê de Segurança dos Alimentos AMIS e Coordenadora do Comitê de Sustentabilidade AMIS

GÔNDOLA 30 ANOS

INFORMANDO E INSPIRANDO

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

Anuncie e celebre
com a gente!



Supermercados mineiros se destacam no ranking nacional

Atuais e destaque mais uma vez no principal ranking do setor. Destaque recebido pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS), a pesquisa trouxe muitas novidades de todo o País e em uma constatação: a liderança do mercado supermercadista de MG, que conta com seis redes – Supermercados BH, Mini Mãos e DOM Atacatista, DMA Distribuidora, Grupo ABC, Grupo Supermiss e Grupo Bahama – entre as 10 maiores do Brasil, posicionadas em 5ª, 9ª, 11ª, 22ª, 24ª e 27ª posições, respectivamente. Confira em detalhes, nas páginas de GÔNDOLA, o trabalho de sucesso de cada uma delas.



RENATA ABREU
31 98419-7024

AMIS
Associação Mineira de Supermercados

EXPERIÊNCIA
DO CLIENTE

Youtuber Épico +
Marca mais amada =

Gulozitos

Receita de Suce\$\$\$

Vem ser parceiro!

INVESTIMENTOS

Marketing de influência.
Campanhas promocionais.
Estratégia digital.
Material personalizado
para PDV.

+38 MILHÕES DE INSCRITOS
NO YOUTUBE

+DE 17 BI DE VIEWS ACUMULADOS

+6,8 MILHÕES DE SEGUIDORES
NO INSTAGRAM

PÚBLICO DE 5 A 13 ANOS



GULÃO

do Enaldinho

gulao.doenaldinho.com.br

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

