

# GÔNDOLA 30 ANOS

INFORMANDO E INSPIRANDO

NOVEMBRO 2024



## SUPERMINAS 2024 NOVOS RECORDES E MUITO SUCESSO

Como um verdadeiro portal de acesso ao mundo do supermercado de Minas e do país, a Superminas 2024, realizada no final de outubro, no Expominas, em Belo Horizonte, estabeleceu novos recordes com a presença de um total de 61.357 empresários, executivos e profissionais do varejo supermercadista e da indústria fornecedora. Segundo maior evento do setor no Brasil, mostrou mais uma vez seu grande potencial como ambiente de negócios, ao movimentar R\$ 2,75 bilhões, e de conhecimento, relacionamento e de união do setor. CONFIRA A COBERTURA ESPECIAL FEITA POR GÔNDOLA, que é recorde também.

### e mais:

SÉRIE 30+30 – ALEXANDRE PONI E HALLISON MOREIRA, SÓCIOS-FUNDADORES DA REDE VERDEMAR: OS ÚLTIMOS 30 ANOS DO VAREJO E COMO VEEM OS PRÓXIMOS 30

ENTREVISTA ESPECIAL – CONVERSAMOS COM O HISTORIADOR, PROFESSOR E PALESTRANTE LEANDRO KARNAL

SÉRIE SOTAQUE MINEIRO – FOMOS A SETE LAGOAS E REGIÃO CONHECER A REDE SUPERMERCADOS BONZÃO

VERÃO 2025 – NO CALOR DA ESTAÇÃO, VENDAS EM ALTA ESPERAM POR VOCÊ. ESTEJA PREPARADO.

NOVO!

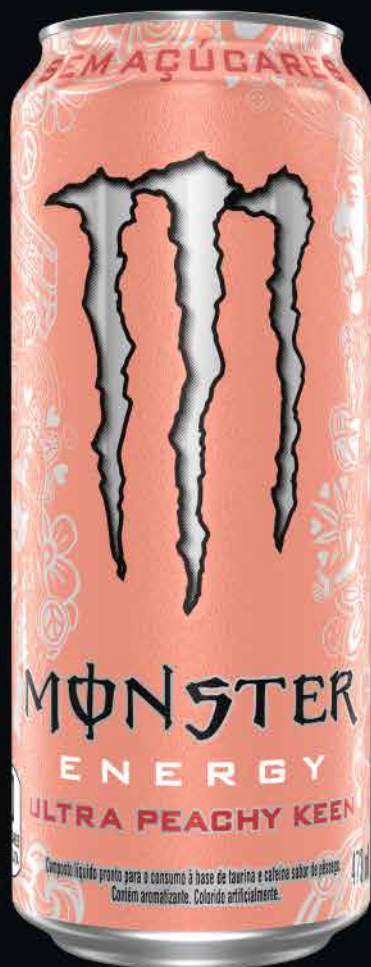
Start

NÃO PODE FALTAR NA SUA LOJA





**RAYSSA  
LEAL**



**NOVO**

**100%  
MONSTER**

**SEM  
AÇÚCAR**

**ULTRA PEACHY KEEN**



Youtuber Épico +  
Marca mais amada =  
**Receita de Suce\$\$\$o**  
Vem ser parceiro!

- ✓ + 39 milhões de inscritos no YouTube
- ✓ + 6,9 milhões de seguidores no Instagram
- ✓ + de 17 bi de views acumulados
- ✓ Público de 5 a 13 anos



**Turbine suas  
VENDAS**



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



# GULÃO DO Enaldinho



Marketing de Influência | Campanhas Promocionais

Material Digital | Material personalizado para PDV

[gulao.do.enaldinho.com.br](http://gulao.do.enaldinho.com.br)

# Gulozitos®



# Edição muito especial

**A** minha intenção é sempre colocar em circulação, o mais breve possível, a edição especial de GÔNDOLA, de cobertura da Superminas. Mas, como demonstra esta edição 334 que chega até você, estou ciente que o esmero com que fazemos GÔNDOLA – ainda maior depois que a revista virou uma “trintona” – não nos permite acelerar em alta velocidade. Vale a pena esperar um pouco mais e receber um conteúdo robusto como o que está disponível na 334. A começar pela cobertura recorde que fizemos da Superminas 2024, com 102 páginas, que inclui uma entrevista exclusiva com o historiador, professor e palestrante Leandro Karnal. Outra boa notícia é que uma quantidade de páginas tão expressiva para a Superminas não conseguiu impedir que outros temas pudessem ser contemplados e, assim, já fora da cobertura, outra excelente entrevista: na série “30+30”, conversamos com os sócios-fundadores da Rede Verdemar Supermercado e Padaria, Alexandre Poni e Hallison Moreira, empresa que nestes últimos 30 anos se transformou em referência nacional e internacional. Estivemos também em Sete Lagoas para conhecer a rede Bonzão Supermercados e, para fechar a edição, a repórter Dayane Lima nos brindou como uma reportagem sobre as boas oportunidades do verão. Sem dúvida, uma edição muito especial, feita com muito esmero para você.

Boa leitura!

Giovanni Peres  
Editor

## SUMÁRIO



### REPORTAGEM DE CAPA

Confira a cobertura recorde que preparamos para você

# 48

## 18

### PRÊMIO MERCÚRIO

Diretores da AMIS são agraciados pela Fecomércio Minas

## 24

### ENTREVISTA "30+30"

Conversamos com os sócios-fundadores da rede Verdemar Supermercado e Padaria, Alexandre Poni e Hallison Moreira

## 34

### SÉRIE "SOTAQUE MINEIRO"

A rede Bonzão Supermercados, de Sete Lagoas e região

## 40

### OPORTUNIDADE SAZONAL

O verão promete vendas no calor da estação

## 74

### ENTREVISTA EXCLUSIVA

Durante a Superminas 2024, entrevistamos o prof. Leandro Karnal

10 NOTAS E NEGÓCIOS

20 ARTIGO JURÍDICO

22 ARTIGO VANNUCCI

45 MIX

# 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 Superosso), 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); colaboraram na cobertura especial da 36ª Superminas, Luciana Sampaio e Bianca Reinhardt **Capa** Thiago Freitas **Fotografia** Ignácio Costa e Freepik Stock. Colaboraram na cobertura especial da 36ª Superminas Ramón Bittencourt e Ronaldo Almeida **Designer gráfico** Sandra Fujii **Revisor** Pedro Vianna **Impressão** EGL Editores **Distribuição** EBCT **Gerente Comercial** Pedro Gosende (pedro.gosende@amis.org.br) tel.: (31) 2122 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)

# MARQUESPAN

ALIMENTOS



**“Para nós o pão é SAGRADO.”**



## MUITO OBRIGADO!



Alexandre Poni  
Presidente do Conselho  
Diretor da AMIS

**A** Superminas 2024, realizada no final de outubro, no Expominas, em Belo Horizonte, conseguiu estabelecer novos recordes em sua 36ª. edição. Considerando que a 35ª. tinha sido um marco histórico com a ocupação total da área disponível do centro de exposições e feiras, o desafio não seria fácil. Mas, com a ajuda de todos, conseguimos!

Um dos novos recordes foi a expressiva presença de um total de 61.357 empresários, executivos e profissionais do varejo supermercadista e da indústria fornecedora.

Destaco a participação de nossos Vice-Presidentes Regionais e a representação de outros estados em nosso evento. Em nome do presidente da Associação Gaúcha de Supermercados (AGAS), Antônio Cesa Longo, que também representou o presidente da ABRAS, João Galassi, expresso minha gratidão a todos.

No caso de Antônio Cesa Longo, sua presença ganhou ainda mais destaque, já que ele embarcou no primeiro voo que partiu do Aeroporto de Porto Alegre após seis meses de fechamento devido aos danos causados pela tragédia que atingiu o Rio Grande do Sul.

Um dado importante que precisamos destacar é a confirmação do grande potencial de negócios da Superminas, ao movimentar R\$ 2,75 bilhões e abrigar cerca de 600 empresas exppositoras, além de oferecer oportunidades gigantes de conhecimento, relacionamento e de união do setor. Vale lembrar que a área ocupada novamente foi de 100% do Expominas.

Poderia utilizar muito mais linhas desta coluna com o relato do sucesso da nossa Superminas 2024. Deixo essa tarefa para a equipe da revista, que nos promete uma cobertura especial nesta edição.

É momento de agradecer a todos os milhares de supermercadistas e suas equipes que prestigiaram o evento, assim como aos nossos fornecedores, ao Governo de Minas, ao Sebrae Minas, à Fecomércio, à Faemg, à Ceasaminas, à equipe da AMIS e aos membros dos Conselhos Superior e Diretor da AMIS. A lista é maior, mas paro por aqui com estas duas palavras: muito obrigado!

Que o conhecimento adquirido, os negócios fechados e os iniciados, as novas parcerias estabelecidas e a união do nosso setor sejam alguns dos muitos legados da Superminas 2024 para o desenvolvimento de todos. E marque em sua agenda: ano que vem, de 21 a 23 de outubro, estaremos juntos novamente, na 37ª. Superminas!



# PER'FA

*alimentos*

Obrigado por fazer parte do  
lançamento da **Liga Perfa**  
no **Superminas 2024!**

Nossa nova linha foi criada para trazer  
mais praticidade ao dia a dia e atender  
a todas as suas necessidades.

A Liga Perfa já está pronta para  
chegar até você e seus clientes.



## Mart Minas inaugura loja em Pirapora

O Mart Minas Atacado e Varejo inaugurou, dia 29 de outubro, sua primeira loja em Pirapora, no Norte de Minas. A unidade de número 64 da bandeira no estado tem espaço de mais de 4.400m<sup>2</sup>, com 24 *checkouts* e 300 vagas de estacionamento. O novo ponto fica na rua Montes Claros, esquina com rua Jefferson Gitirana, no bairro Santos Dumont. Com vendas no atacado e no varejo, a loja disponibiliza o sortimento com produtos em várias categorias, incluindo mercearia, perecíveis, bazar, higiene e beleza, bebidas, carnes, seção de panificação e hortifruti-granjeiros.

Clientes com o Cartão de Crédito Mart Minas têm condições diferenciadas, como preço de atacado para todas as compras, independentemente da quantidade de itens, prazo de pagamento em até 40 dias e a possibilidade de parcelar as compras

em até 3x sem juros. Já quem possui o Clube de Vantagens Mart Mais tem acesso a ofertas exclusivas e wi-fi ilimitado na loja. A nova loja de Pirapora também aderiu ao Projeto Troco Solidário. Por meio dele, a doação de troco dos clientes será repassada para o Instituto Latidos e Miados.



Divulgação

## Barbosão chega à 7ª unidade em Araxá

Uma loja para atender a todos os perfis de clientes, equipada com *self checkouts*, *Walk-in cooler* de cervejas e refrigerantes e um açougue "nota 10". É assim que a rede Barbosão Supermercados, com sede em Araxá, apresenta sua mais nova loja, a sétima na cidade. A inauguração ocorreu no dia 1º

de novembro, na avenida Doutor Pedro de Paula Lemos, 1135, no bairro Ana Antônia, e gerou 40 empregos diretos.

O formato segue a "nova abordagem estratégica" da rede, com foco em lojas de vizinhança menores, mas mais completas e que proporcione mais comodidade ao cliente. São 500 metros quadrados de área de venda e um total de sete terminais de *checkouts*, quatro deles no modelo de autoatendimento, ou *self checkout*, e estacionamento com 15 vagas.

Segundo a empresa, a loja está "totalmente adequada para atender com todo conforto e comodidade" o público da vizinhança e conta com seções de padaria, açougue e hortifruti. "Também oferece mix variado, de qualidade e equipamentos modernos", informa a empresa.



Divulgação



85+  
**Rituais**

- BRAZILIAN SPECIALTY COFFEE -

DIRECT TRADE



VIVENCIE OS  
SABORES  
DE RITUAIS

CHEF. ALEX ATALA  
EMBAIXADOR  
3 CORAÇÕES

M|C  
MERCAFÉ



## Supernosso inaugura loja na Pampulha

Com 1.124 metros quadrados de área de venda e investimento de R\$ 10 milhões, o Grupo Supernosso inaugurou, dia 14 de novembro, mais uma unidade em Belo Horizonte. Desta vez, no Vettore Mall, na Avenida Abraão Caram, 252, no bairro São José, região da Pampulha. A nova loja conta com *mix* de produtos, pensado para um *mixed use*, como é o Vettore, que reúne residencial, escritórios e *street mall*, isto é, um conceito em que as pessoas podem morar, trabalhar e se divertir em um único local, onde o meio de transporte passa ser o elevador.

“Vamos oferecer todas as facilidades que esse público exige, como uma adega com mais de mil rótulos, culinária japonesa com menu especial; açougue com carnes exóticas e a exclusiva linha ‘Angus’, além de diversos rótulos de cervejas especiais e produtos importados. E ainda hortifrúti, mercearia, *bombonière* importada, padaria, bazar e muito mais”, destaca o vice-presidente do grupo, Rodolfo Nejm.

A loja terá também, além de estacionamento próprio, espaços de autoatendimento, o que torna a experiência de compra mais agradável, dinâmica e prática. O funcionamento será de segunda a sexta-feira, das 7h às 22h. E, aos sábados, domingos e feriados, das 8h às 20h.



Edu Fernandes

O presidente do Grupo Supernosso, Euler Fuad Nejm; sua mãe, a sra. Renée Ibrahim Khouri Nejm, e o vice-presidente do Grupo, Rodolfo Nejm, na inauguração da loja da Pampulha

## Cencosud encerra 3º trimestre com receita de R\$ 2,4 bi

A Cencosud Brasil, que em Minas Gerais opera a bandeira Bretas, divulgou os resultados do 3º trimestre de 2024 destacando que, no período, inauguraram a loja GIGA Campinas, a 12ª da rede no Estado de São Paulo e os avanços na área digital e no *retail media*. Com isso, a Companhia encerrou o trimestre com uma receita líquida de R\$ 2,4 bilhões e Ebitda de R\$ 118 milhões com margem de 4,9%.

No digital, a Cencosud Brasil registrou um aumento de 32,6% nos primeiros nove meses de 2024 quando comparado ao mesmo período do ano anterior, desempenho que reflete as iniciativas de aprimoramento da eficiência operacional, a rentabilização do canal, além dos avanços nos níveis de serviço e satisfação dos clientes. Entre as novidades estão: a venda de Eletro via WhatsApp GBarbosa e o aprimoramento contínuo na usabilidade e experiência dos usuários em todas as plataformas digitais. No âmbito da sustentabilidade e governança, a Cenco-

sud Brasil seguiu avançando na gestão de resíduos e na reciclagem, marcada pelo lançamento de uma plataforma que permite realizar o acompanhamento da quantidade de resíduos gerados e reciclados na Companhia de forma integrada aos órgãos ambientais, garantindo ainda mais confiabilidade e transparência nas informações.



Divulgação

# Bauducco®

## Choco Biscuit



**Nº 1**  
do  
**BRASIL\***



\*Nielsen - Retail Index - Segmento de Biscoitos Cobertos - Marca - Brasil INA + C&C - Abr'23 - Mai'24.

## Mineirão Atacarejo abre loja em Sarzedo, na RMBH

O Mineirão Atacarejo dá mais um passo na sua expansão em Minas Gerais. Recentemente, inaugurou mais uma unidade. Desta vez, a cidade agraciada com a nova loja foi Sarzedo, localizada na Região da Grande BH.

O recente Mineirão já está funcionando na Avenida Juscelino Dias Magalhães 110, no bairro Brasília, em Sarzedo. O sortimento é composto de seções como açougue, hortifrutigranjeiros, padaria, automotivos, bazar, bebidas, frios e laticínios e todo o *mix* para consumidores finais e comércios como minimercados, mercearias, bares e restaurantes para compras tanto no atacado quanto no varejo. O Mineirão Atacarejo pertence à DMA Distribuidora. De acordo com a direção da DMA, a nova loja do Mineirão tem 180 colaboradores empre-

gados de forma direta e dispõe de estacionamento com 144 vagas. A empresa conta atualmente com quase 40 lojas em praticamente todo o território mineiro e, ainda, em grande parte do Nordeste brasileiro.



Divulgação

## Mais uma loja Bahamas em Juiz de Fora



Divulgação

Dia 12 de novembro, o Grupo Bahamas inaugurou mais uma loja em Juiz de Fora. O novo ponto fica na rua Diva Garcia, 1.160, no bairro Linhares, zona leste da cidade. Com 4 mil metros de área construída e 13 *checkouts*, a unidade demandou a contratação de 98 colaboradores de forma direta. A loja, com a bandeira "Bahamas Supermercado", a mais tradicional da rede, foi construída em um terreno de 11 mil metros quadrados, incluindo estacionamento com mais de 90 vagas.

## Via Bahia inaugura sua quarta unidade

O Supermercados Via Bahia inaugurou, também em novembro deste ano, sua quarta loja. A nova unidade está localizada na Rua Pouso Alegre, 908, no bairro Floresta, em Belo Horizonte. Com uma área de 330 metros quadrados, a nova unidade oferece um *mix* diversificado de aproximadamente sete mil produtos, distribuídos em seções como padaria, bebidas, e hortifrúti, entre outras.

A loja conta com quatro caixas de atendimento e, em breve, também disponibilizará caixas de *self-checkout*. Para a recente unidade foram contratados 35 colaboradores dire-

tos. De acordo com o proprietário, Leonardo Flores, a loja atende toda a vizinhança que procura facilidade de compra e atendimento próximo. O Via Bahia previa a inauguração de mais uma filial no fim de novembro, desta vez no bairro Horto, localizado na Região Leste da capital mineira.



Divulgação

# De Minas Gerais para a liderança\* em todo o país: isso é Bem Brasil



Os produtos Bem Brasil dão  **muito orgulho para os mineiros**. Além de saborosos, crocantes e práticos, são **nº 1 em vendas** na categoria de Batatas Congeladas em todo o país.

Você também pode fazer parte dessa história de sucesso: **renove seu estoque com nossas delícias e venda mais com a líder de Minas.**



# BemBrasil

Alimentando bons momentos

\*Na categoria de Batatas Congeladas, segundo Nielsen e Scantech

@ batatasbembrasil

@ bembrasilfood

## Gestão Engenharia entrega duas novas obras do 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 aos vazamentos, reduzindo a temperatura interna do ambiente e prolongando a vida útil, sem parar a operação do cliente. No mês de outubro, a empresa entregou mais dois projetos, sendo uma unidade do BH Atacado e Varejo, em (Serra-ES), e uma em Ipatinga-MG, da Cònsul Cooperativa, totalizando mais 20 mil m<sup>2</sup>.

### PARCERIA AMIS

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 é possível recuperar o telhado sem paralisar a atividade, de forma eficiente, o que assegura resultados significativos para a operação, além, é claro dos 10 anos de garantia sem manutenção”.



Divulgação



Divulgação

## Master Gourmet: nova fábrica em Minas Gerais amplia portfólio e parceiros

Com a aquisição recente da fábrica de Queijo Ralado CBA, localizada na cidade de Campo Belo (MG), com área de 7mil m<sup>2</sup> e capacidade produtiva de 120 toneladas/mês, a Master Gourmet Agroindústria relança sua linha de Queijo Ralado e Fiapo e amplia suas parcerias para marcas próprias. Com o intuito de levar aos clientes e consumidores o que há de melhor em Queijos Parmesão e Tropical, a empresa investiu nesta segunda fábrica Master Gourmet em Minas Gerais, aumentando seu portfólio de produtos e parceiros.



Divulgação



# O café é uma das bebidas mais consumidas no mundo!

## E o Grupo Utam tem uma linha de produtos que atende a todos os paladares.

Há mais de 55 anos, o Grupo Utam possui uma linha completa de produtos para atender a todos os paladares. São grãos especiais, torrados e moídos, cappuccinos e espressos em cápsulas para você viver uma experiência completa. E agora, também conta com o lançamento da linha Utam Multi, multi bebidas para as suas multi versões de estilo. Sabor e praticidade para você ter mais tempo para o que gostoso na vida!

Grupo  
**utam**

“

*Trago muitas memórias afetivas da infância e lembro que adorava quando minha avó coava café. Tanto é que, ainda hoje, ao tomar café da manhã com meus filhos, muitas das vezes, tomo o cafezinho coado na garrafa.*

Andressa  
Suita ”



PR. CLETO INTEGRADO



Momentos gourmet

[www.grupoutam.com.br](http://www.grupoutam.com.br) @cafe.utam

# DIRETORES DA AMIS SÃO HOMENAGEADOS PELA FECOMÉRCIO-MG

O Presidente do Conselho Diretor da AMIS e sócio proprietário do Verdemar Supermercado e Padaria, Alexandre Poni, juntamente com o Vice-Presidente da AMIS para a Capital e presidente da rede Supermercados BH, Pedro Lourenço de Oliveira, foram homenageados pela Federação do Comércio de Minas Gerais (Fecomércio-MG), no início de outubro.

As homenagens ocorreram no encerramento da programação do Inova Varejo, evento realizado pela Fecomércio-MG, no Minascentro, em Belo Horizonte.

Alexandre Poni recebeu o Prêmio Mercúrio, que está na segunda edição e visa a prestigiar empresários do varejo de Minas Gerais, que se destacam pela capacidade de inovação, servindo de referência para todo o setor do comércio de bens, serviços e turismo do Estado. Alexandre Poni recebeu o prêmio das mãos do diretor do Sincovaga-BH, Giovanni Ribeiro.

Já Pedro Lourenço recebeu a Medalha do Mérito Comercial, que é entregue a representante de empresa do setor do comércio de bens e serviços e turismo, reconhecida por ser destaque de atuação no segmento do varejo. A medalha, tam-



O fundador e sócio-diretor da rede Verdemar Supermercado e Padaria, Alexandre Poni (3º da esquerda para a direita), recebe o Prêmio Mercúrio

# VEZ CHIPZ TRADICIONAL SNACKS

# NÓS TEMOS

## Batatas



também em sua segunda edição, foi entregue ao presidente do Supermercados BH pelo vice-governador de Minas Gerais, Mateus Simões, que no ato representou o governador, Romeu Zema, e pelo presidente da Fecomércio-MG, Nadim Donato.

### VICE-PRESIDENTES REGIONAIS

Foram homenageados também no evento da Fecomércio MG os Vice-Presidentes Regionais da AMIS: de São Lourenço, Luciano Fernandes Nogueira, da rede Carrossel Supermercados, e o de Uberaba, Matusalém José Alves, da rede Zebu Carnes Supermercados. Outra empresa supermercadista homenageada foi o supermercado Farid, de Itabirito, onde o Vice-Presidente Regional da AMIS é Luiz Gustavo Farid Rahme. 🛒

Acima, Pedro Lourenço, o Pedrinho, presidente da rede Supermercados BH, recebe a Medalha do Mérito Comercial; abaixo, vista parcial do auditório do Minascentro, em Belo Horizonte, cerca de uma hora antes do início da cerimônia



PEÇA AGORA





Daniel Jardim Sena

[Sócio da Lacerda Diniz Sena Advogados]

## Subvenções para investimentos E O TERRORISMO FISCAL

Recentemente, o segmento supermercadista sofreu um grande baque com a notícia da autuação, no valor de pouco mais de R\$ 1 bilhão, sofrida pelo Grupo Mateus, grande rede sediada no Nordeste do Brasil e que atualmente ocupa a terceira posição no *ranking* da ABRAS. Como é público e notório, por força do art. 30 da Lei nº 12.973/2014, com as alterações implementadas pela Lei Complementar nº 160/2017, a empresa excluiu o valor dos benefícios de ICMS, tratados como subvenções para investimentos, das bases de cálculo do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica – IRPJ e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL.

O tema não é novidade e já foi objeto desta coluna em duas outras oportunidades, nas edições de números 311 e 318 de GÔNDOLA. Contudo, a autuação do Grupo Mateus e os valores exigidos pelo Fisco tornam fundamental voltarmos a esse tema, que afeta enormemente o segmento. Nas oportunidades anteriores, esclareceu-se do que se tratava a discussão, bem como qual foi o desfecho jurídico dado pelo Superior Tribunal de Justiça – STJ.

Embora não haja dúvidas do enorme impacto que o tema acarreta aos cofres públicos, é de se lembrar que logo após a decisão em questão, o Governo Federal, por meio de uma campanha de desinformação, valeu-se da imprensa para confundir os contribuintes, declarando uma vitória que o Fisco efetivamente não teve. Superada essa tentativa, o Governo se esforçou politicamente para aprovar uma medida provisória com a finalidade de revogar a disposição legal anterior, cujos efeitos haviam sido reconhecidos pelo STJ. Isso até seria legítimo se, combinado à alteração da lei, o Governo não tivesse mantido

*"Não há como não concluir se tratar apenas de mais uma cartada do Fisco"*

o discurso de que, embora revogada, a lei anterior não permitia aos contribuintes se valerem de seus efeitos.

Todas essas posturas foram adotadas sempre com a finalidade de criar um ambiente de verdadeiro terror junto aos contribuintes, os quais, ainda que tivessem se valido da correta interpretação da lei, eram submetidos ao discurso de que os procedimentos adotados estavam incorretos. Não foi despropositada a norma editada no meio desse ambiente que autorizaria às empresas se "autorregularizarem" ou "transacionarem" com o Fisco, recolhendo os valores supostamente devidos com redução de 80%!

Foi exatamente no final do prazo da referida transação – e com a intenção de convencer as empresas a aderirem ao programa – que o Fisco autuou o Grupo Mateus, ciente da repercussão de que essa informação teria no mercado. Para quem acompanha o assunto desde o início em todas as suas nuances, não há como não concluir se tratar apenas de mais uma cartada do Fisco em um processo coordenado de verdadeiro terrorismo fiscal!

# missão sabor & diversão



A aventura  
espacial que  
atrai famílias  
para sua  
gôndola!



Fonte  
de **zinco** e  
**vitaminas**



**Visibilidade**  
e presença no  
**mercado infantil.**

  [trevobr\\_](https://www.trevinhokids.com.br)  
[www.trevinhokids.com.br](https://www.trevinhokids.com.br)

**Trevo**  
**Kids**

  
Fale com o  
nosso comercial!





# MERCADOLOGIA:

## o retorno do marketing de raiz

*“[...] se isso é Marketing, o que é comunicação, publicidade e propaganda?”*

**H**á muito tempo venho utilizando a expressão acima em debates sobre o contexto do Marketing nas organizações. E para minha surpresa, durante o evento da ABRAS'24 *food retail future*, o eterno Philip Kotler trouxe o conceito de “mercadólogo” durante sua palestra sobre os estágios evolutivos do marketing.

Kotler, como eu, defendeu a tese de que deveríamos revisitar os conceitos econômicos clássicos do Marketing, propostos por Neil Borden, segundo ele o verdadeiro “pai dos 4 P’s”, que estruturou o conceito de “Mercadologia”, que é a ciência que estuda o mercado com o objetivo de criar e entregar valor.

Este conceito foi amplamente estudado pelos alunos das escolas de negócio americanas nos anos 60, inclinados pelas relações humanas, e em seguida receberam importantes contribuições oriundas do **comportamento do cliente** com a publicação das obras de autores clássicos como Engel, Blackwell e Kollat (1968) e Howard, Jagdish e Sheth (1969).

### As eras do marketing segundo Kotler

Para Kotler, o Marketing das décadas 70-80 se destacou pela união das aplicações das análises qualitativas com as quantitativas, ampliando o conceito do Marketing para todos os micros momentos da vida.

Com a chegada da internet nos anos 90, o marketing entrou na sua **era digital**, revolucionando os canais de mídia, com a criação dos canais online.

Já nos anos 2000, o destaque ficou com a entrada do Marketing no comércio eletrônico, ampliando os canais de venda e relacionamento que antes eram *off-line* para o híbrido (*on-off*).

Nas décadas 2010-20 observou-se a chegada da Inteligência Artificial (IA) para apoiar o processo decisório através das análises preditivas e prescritivas. Com a evolução dos mé-

todos de *machine learning* e *deep learning*, que capacitaram as máquinas a correlacionarem algoritmos com a inteligência humana, foi possível desenvolver as aplicações da hiperpersonalização e seu uso através da coleta de dados nas redes sociais.

### Então, o que podemos esperar na era do Marketing para 2030?

Atualmente, podemos destacar duas frentes do Marketing para 2030. De um lado, temos os defensores das *Martech's*, que cuidam da evolução dos *softwares* e aplicativos que englobam os assistentes virtuais, *chatbot* (Siri e Alexa) com o reconhecimento facial e de voz. Por outro lado, temos os que defendem o Marketing Human to Human (H2H); afinal, o Marketing é de humano para humano.

Se antes seu slogan era **“Arte e ciência para atrair, atender e fidelizar os clientes”**, agora Kotler defende que Marketing é a **“[...] arte e a ciência para ajudar seu cliente a ficar melhor”**.

No meu ponto de vista, o significado do Marketing resume-se à **“arte e a ciência que afeta a mente, o coração e o bolso de seus clientes”**, uma tríade pela qual de estrutura as ações de Marketing e vendas com o intuito de dar sentido e influenciar o processo decisório dos *shoppers* no ponto de venda e dos consumidores, seja numa relação *B2B* ou *B2C*.

Para isso, Kotler sugere a evolução dos componentes do Marketing ao adotar o **mix de Marketing de 7 componentes** para **criar valor** (produto, preço, serviço, marca, incentivo, comunicação e distribuição), estruturando os novos conceitos da **“Mercadologia”**.

Todas estas ações têm um só objetivo: impulsionar as vendas da loja através da construção da marca de um supermercado, e finalmente implementar de uma vez por todas o **“Marketing e venda ativa”**, ou seja, assumir o protagonismo do processo de decisão do *shopper*, influenciando-o em sua experiência de compra e unindo a **venda transacional** com a **venda relacional**. Afinal, **“quem por preço vem, por preço vai”**.



UAU Ingleza

# Da tradição à inovação

## UAU Ingleza surpreende com cuidado e proteção!

Em 2023, crescemos 63,4% em volume na categoria de desinfetantes.<sup>1</sup>

### PINHO TROP É DESTAQUE ABSOLUTO

A marca cresceu 71,2% em volume vendido no último ano!<sup>2</sup>

LANÇAMENTO

**ANTIBAC**  
MATA 99,9% BACTÉRIAS/GERMES

Toque de perfume sofisticado.



Neste mercado, as embalagens acima de 1 litro possuem maior giro no PDV!<sup>3</sup>

9,4%  
Até 500 ml

14,8%  
Até 1L

Mais que 1L **65%**

18,8%  
Granel

Acesse a nossa site



# "A ESSÊNCIA DO VAREJO É ESTA, SEMPRE: SABER SE ADAPTAR, INOVAR"

**G**ÔNDOLA teve o privilégio de contar em sua segunda entrevista da série comemorativa ao aniversário de 30 anos da revista com a atenção de dois empreendedores que conhecem como poucos o varejo de 1994 para cá: Alexandre Poni e Hallison Moreira. Afinal, a dupla de colegas de faculdade abriu em 1993 a primeira loja desta que é hoje a rede mineira Verdemar Supermercado e Padaria e continuam à frente do dia a dia da empresa de 16 unidades e cerca de R\$ 1,4 bilhão de faturamento anual, reconhecida por muitos como referência em inovação e responsável pela quebra de paradigmas do setor. Eles conversaram sobre a evolução do setor e da empresa nos últimos 30 anos e o que imaginam para os próximos 30. Mais um presente para nossos leitores.

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

Giovanni Peres





**GÔNDOLA – A revista GÔNDOLA começou sua circulação em 1994. O Verdemar abriu suas portas em 1993. Ou seja, seu negócio tem 31 anos e a revista 30, o que torna Alexandre Poni e o Hallisson Moreira pessoas muito habilitadas a falar de tudo que aconteceu no setor nos últimos 30 anos, pois viveram intensamente essas 3 décadas para tornar o Verdemar o que é hoje.**

**Alexandre Poni** – O supermercado tem que se reinventar o tempo inteiro. Quando começamos nossa loja, há 31 anos, nem mesmo sabíamos que caminho a gente ia tomar. O saudoso consultor Cláudio Lima, que atendia associados da AMIS, hoje já falecido, é que nos orientou muito naquele começo. Foi naquela época que surgiu nossa visão de negócio e da missão da empresa. Até então, a gente tinha pouca noção. Tínhamos um negócio ainda muito pequeno e estávamos terminando a faculdade. O Verdemar ainda era um supermercado muito pequeno. Depois da consultoria é que fomos tendo uma ideia melhor e de que havia oportunidade para sermos um supermercado com viés de delikatessen.

**GÔNDOLA – Então a abertura para importações que aconteceu no governo Collor (1990/1992) e, depois, no governo Itamar Franco (1993/1994), o Plano Real com o controle da inflação e a valorização cambial, foram sob medida para a oportunidade.**

**Alexandre** – Sim. Em Belo Horizonte, as delikatessen que existiam na época eram a Casa do Whisky, a Casa do Vinho e a Excelsior. A gente começou a entender que como supermercado (e não éramos grandes) poderíamos vender também produtos importados. E de uma certa forma a gente democratizou os produtos sofisticados. A primeira oferta que fizemos com muito sucesso foi filé de salmão congelado. Tínhamos uma ilha-zinha na entrada da loja e colocamos o produto a R\$ 9,90 o quilo e espalhamos faixas na cidade. Aí as pessoas chegavam e diziam: acho tão bonito, mas não sei fazer. Arranjei então uma receita muito simples, que era assar o salmão no papel

laminado, com sal (pouquinho ou quase nada), pegar uma manteiga, derreter, misturando com alcaparras. Então coloquei a receita na ilha para as pessoas aprenderem. O mercado gastronômico veio se sofisticando muito ao longo dos últimos 30 anos, mas naquela época era muito simplório ainda. O sucesso foi grande e começamos a trazer vinhos importados. Aos poucos, a abertura feita pelo Collor e, depois o Real, permitiram que a gente tivesse um *mix* com essas novidades e agregar também outra base de nosso negócio, que era o atendimento. Essa preocupação com o cliente na loja. Isso está na nossa missão. Todos da empresa têm que estar muito atentos para atender o cliente em nossas lojas.

**"A preocupação com o cliente na loja está na nossa missão"**

**GÔNDOLA – Certamente o Real ajudou muito o modelo de negócio de vocês, que tinha um *mix* com produtos nacionais e importados, mas não só no sortimento. Provavelmente equipamentos também.**

**Alexandre** – Sim. O Real com câmbio de 1 para 1 com o Dólar foi muito importante. Isso favoreceu muito a importação. Foi aí que começamos a importar mais produtos e em maior quantidade. Foi importante também para equipar melhor as lojas.

**Hallisson Moreira** – Lembro de uma importação de equipamentos italianos da Arneg.

**Alexandre** – Isso, a Arneg trazia da Itália, e com o câmbio 1 a 1, tornava os equipamentos bem acessíveis.

**Hallisson** – A gente desenvolveu conhecimento em importação de produtos alimentícios e melhor capacidade de aquisição, ao mesmo tempo que



abríamos lojas com padrão mais elevado, encantando os clientes. Acredito que o Verdemar tenha se tornado uma quebra de paradigma do mercado.

**Alexandre** – Criamos em Belo Horizonte uma tendência de trazer produtos sofisticados, que outrora só eram encontrados em delikatessen, para dentro do supermercado. A gente sofisticou isso. O primeiro vinho importado que compramos foi um espanhol. As delikatessen vendiam caro, porque não tinham escala. E mesmo quando tínhamos só uma loja, porque éramos supermercado, conseguíamos vender com margem muito menor. Em seguida, investimos na padaria de qualidade e amplo sortimento. A descontinuidade da Casa do Whisky deixou também um vácuo no mercado da cidade naquela época. Até hoje temos compradores aqui no Verdemar que foram da equipe da Casa do Whisky. Aprendemos a fazer bons patês e pastas com gente que trabalhou lá e depois veio atuar conosco. A boa receptividade do público nos possibilitou abrir mais lojas e até hoje temos o mesmo DNA.

**Hallison** – Foram anos em que soubemos identificar oportunidades e necessidades do mercado e conseguimos atendê-las. Mas a essência do varejo é esta, sempre: saber se adaptar, inovar sempre.

**Alexandre** – Acredito que toda a evolução no varejo de supermercado nos últimos 30 anos passa também pelos nossos fornecedores. A abertura do mercado, a globalização, fez com que os fornecedores brasileiros evoluíssem muito na condição qualitativa do produto. Alguns produtos que outrora a gente tinha que importar são produzidos aqui no Brasil, e de muito boa qualidade. Lógico que alguns itens precisam de ainda ser exclusivos de importação, como azeite (que já produzimos, mas ainda é pouco), tomate pelati e assim por diante. Mas veja que importávamos suco da Áustria em caixinha. Hoje, o suco brasileiro é tão bom ou melhor que os importados. A indústria brasileira evoluiu muito. Olha a quantidade de lançamentos que temos hoje.

**GÔNDOLA** – Em suma, houve uma grande revolução no setor nesses últimos 30 anos.



# poenatela: Impulsionando o Crescimento e a Liquidez do Setor Supermercadista.

Apoio financeiro e soluções de crédito sob medida para o sucesso de supermercados, atacadistas e indústrias.

Neste ano, o **poenatela** marcou presença na **Feira SuperMinas Food Show 2024** com uma proposta inovadora e soluções sob medida para o setor supermercadista. Com o intuito de transformar a gestão financeira de empresas de todos os portes, o poenatela apresentou seu marketplace de crédito como uma ferramenta estratégica para otimizar o fluxo de caixa e garantir liquidez em momentos decisivos.

O **poenatela** é um **marketplace de crédito inovador** que facilita o **acesso a soluções financeiras de forma rápida e segura**. Com tecnologias avançadas e um atendimento próximo, ajudamos empresas a manterem seu fluxo de caixa saudável e a alcançarem novas oportunidades de crescimento.


## 👉 Fale conosco e conheça nossas soluções

Para saber mais sobre como o poenatela pode transformar a gestão financeira do seu negócio, entre em contato com nossa equipe.

Estamos prontos para oferecer o suporte necessário para **impulsionar seu crescimento!**

Descubra como o **Risco Sacado do poenatela pode transformar a gestão financeira do seu negócio.**

Acesse nosso site

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

ou aponte a câmera do seu celular para este **QR CODE**.



poenatela



**Hallison** – Principalmente com a globalização.

**Alexandre** – O varejo se modernizou demais nessas três décadas. Era um mercado muito concentrado 30 anos atrás. Depois dos anos 2000, as coisas começaram a mudar muito. O consumidor mudou também. Com a estabilidade da moeda e um câmbio favorável, as pessoas começaram a viajar mais para o exterior.

**Hallison** – Começou a mudar o nível de exigência.

**Alexandre** – O consumidor passou a procurar produtos que via lá fora e gostaria de encontrar aqui.

*"O Verdemar teve um papel pioneiro. Foi desbravador, quebrou paradigmas"*

**GÔNDOLA** – Entre 2000 e 2010, o consumidor consolidou uma rotina de compra em que não precisava comprar tudo em um dia só. Ao poder ir mais vezes às lojas, preferiu aquelas que estivessem na vizinhança. Não é isso?

**Alexandre** – Sim. Quando investimos nas padarias das nossas lojas, um dos nossos objetivos era incentivar que o consumidor frequentasse as lojas quase que diariamente. Enfim: as mudanças nesses 30 anos foram muito grandes! A gente tinha um sonho no Verdemar que era o seguinte: se uma pessoa tiver uma receita, vai encontrar todos os ingredientes que precisa na nossa loja. E conseguimos realizar isso.

**Hallison** – Tínhamos um outro sonho também que conseguimos realizar. Antes as pessoas falavam assim: hoje vou fazer Carrefour. Era sinônimo de fazer supermercado. Agora falam: vou fazer Verdemar.

**GÔNDOLA** – Mas para construir esse mix Verdemar, certamente não foi fácil.

**Alexandre** – Foi muito aprendizado. Até hoje a gente traz os produtos para os nossos clientes conhecerem. A gente aprende com os produtos. Um exemplo: há cerca de 8 ou 6 anos começaram a aparecer as cápsulas de café no exterior. Começamos a trazer. Hoje as cápsulas nacionais são tão boas ou melhores que as importadas. A indústria começou a fazer aqui no Brasil.

**Hallison** – Acho que essa coisa da globalização foi uma conspiração muito bacana e isso não teve efeito só no Brasil. Isso ajudou a América Latina também. Os grandes fornecedores mundiais começaram a trazer muita tecnologia. Trouxeram investimento, o que tinham de melhor, ocuparam nossa mão de obra, utilizaram muito nosso talento criativo. Houve uma mudança cultural global e a democratização do acesso das pessoas. Hoje, há uma grande quantidade de gente viajando para o exterior. Antigamente, viajar de avião era difícil até dentro do Brasil.

**Alexandre** – O mundo evoluiu muito e os supermercados em Minas Gerais não ficaram para trás. Eu sempre digo: as melhores lojas de supermercados do Brasil estão em Minas.

**Hallison** – Nesse ponto, acho que o Verdemar teve um papel pioneiro. Foi desbravador, quebrou paradigmas, misturou o varejo tradicional de secos e molhados com a delikatessen, com padaria, com importação. Acho que, muito com esse senso empreendedor e comercial do Alexandre, demos essa contribuição. Em Minas Gerais, os concorrentes tiveram que mudar de patamar também. A evolução de um puxa, necessariamente, a melhoria do outro. Minas é muito vanguarda. Observada a segmentação das redes daqui, cada uma teve que fazer o seu melhor.

**Alexandre** – Outra coisa. Com a inflação controlada dos últimos 30 anos – os picos de alta inflacionária foram relativamente poucos –, os preços entre um canal e outro ficaram menos distante. Isso favoreceu as lojas de vizinhança e as lojas menores.

**GÔNDOLA** – Ou seja, perto das casas das pessoas...

**Alexandre** – Nos tempos da alta inflação, antes do Real, 30 anos atrás, você tinha que ir ao hiper-

mercado, porque ia ter que estocar produto em casa. Com a estabilidade, ficou muito mais fácil comprar. Outra coisa: ir à loja física de vizinhança é também uma experiência prazerosa para a maioria das pessoas. Lá você pode ir mais vezes, ver, tocar o produto, escolher, levar para casa na mesma hora. Digo sempre: o que os olhos veem, o coração sente. As lojas de vizinhança foram se adaptando e conquistando o consumidor. Os empresários se prepararam. O ambiente foi criado, hoje as lojas estão muito preparadas para receber o consumidor. Uma boa decoração. Uma loja limpa. Tudo isso é valor para o cliente. As necessidades dos clientes vão além da compra. Quer se sentir bem. Quer personalidade. Quer ter o prazer de encontrar o ambiente adequado. E as lojas hoje são muito adequadas a este tipo de experiência.

**GÔNDOLA – No início do milênio, vocês já estavam crescendo muito. Terminaram a primeira década com umas 6 lojas. Agora vamos falar de 2010 a 2020. Vocês continuaram a crescer e o setor também.**

**Alexandre –** Me impressiona essa expansão que teve o setor, porque empreender no Brasil não é nada fácil. Tem que ter muita coragem. É difícil planejar.

**Hallison –** Por exemplo, 2015 foi de crise.

**Alexandre –** Teve início um ciclo de juros altos. É viver numa gangorra. Alguém pretender tomar crédito para investir na empresa corre muito risco. Começa com 1X e depois está em 2X. Essa é sempre a dificuldade que temos no Brasil. Para ser empresário no Brasil tem que ter muito sangue frio, muita persistência, muita resiliência.

**Hallison –** Às vezes você quebra não por incompetência, mas por fatores externos à empresa. É preciso ser o mais malabarista de todos.

**GÔNDOLA – Ainda falando de 2010 a 2020, com essas idas e vindas do crescimento econômico do Brasil a partir de 2015, surge também para ficar um novo player, que é o atacarejo. Como vocês avaliam esse novo canal, que tem uma presença crescente desde a 2ª década do século 21?**

**Hallison –** Ele é oportuno já que o consumidor teve que se voltar para preço novamente. Para menos serviços. Na minha opinião, é um formato muito bacana porque é o melhor para surfar nas ondas das dificuldades. Já quando o ser humano consegue estar melhor, procura canais em que tem mais opções e serviço.

**Alexandre –** Se você quer um produto diferenciado, não vai encontrar em um atacarejo.

**Hallison –** Hoje tem muito varejo travestido de atacarejo. Os atacarejos que têm oportunidade para agregar um público de melhor poder aquisitivo ao negócio já estão fazendo uma mudança de chave para se tornarem híbridos, aliando mais características do varejo à operação.

**Alexandre –** O atacarejo é um formato que veio para ficar, mas só funciona em cidades maiores. Os



que foram para cidades abaixo de 70 mil habitantes não têm um bom resultado.

**GÔNDOLA – Considerando os vários formatos de operação, podemos dizer que nos últimos 30 anos chegamos ao maior número de lojas da história?**

**Alexandre –** Sim. Esse período inclui a pandemia. Você se lembra que durante a pandemia chegou-se a falar que seria o ponto final para a loja física de varejo? Que o *e-commerce* iria dominar o varejo? Pois bem. Na verdade, foram abertas muitas lojas durante e depois da pandemia. E o cliente está indo a elas. O *omnichannel* é um conceito mais ou menos porque as pessoas querem, principalmente para alimentos, ir à loja. Houve muito

**Hallison –** Devolvo a pergunta. Será que o homem será totalmente alienado? Será que vai viver numa bolha? O modelo de loja física talvez seja diferente do existente hoje, mas que ela vai deixar de existir, jamais.

**Alexandre –** Para além da permanência das lojas físicas, não consigo prever com absoluta certeza muitas outras coisas. As mudanças têm sido muito aceleradas. O que se levou 30 anos para mudar, agora leva 5 anos... Estamos gravando esta entrevista em um celular. Há uns 10 anos seria em um gravador digital, antes disso em um com fita cassete...Ou seja, em menos de 10 anos o gravador passou para dentro do celular. No caso dos alimentos, será que vamos virar comedor de ração?

**GÔNDOLA – Estamos falando de 30 anos para frente ... não de 100...**

**Alexandre –** Mas as coisas estão bem mais rápidas. Nesses últimos 30 anos o Verdemar saiu de uma loja em que vendia ainda arroz e outros produtos a granel...E veja o que é hoje. É imprevisível. A melhor certeza é de que o varejo de supermercado vai se reinventar o tempo inteiro, conforme a necessidade do cliente. O supermercado existe em função de abastecer e atender as necessidades do cliente. O que é o mais interessante do supermercado é que a gente se reinventa rápido. Só vão sobreviver os varejos que não pararem de evoluir e ficarem muito atentos às necessidades do cliente.

**GÔNDOLA – Você falou no ser humano comer ração um dia. Mas vejo que os jovens hoje consomem suplementos, mas também buscam produtos orgânicos, menos álcool e açúcar; há mais vegetarianos, mais veganos. Como vocês veem esta tendência para o futuro?**

**Alexandre –** Essa tendência é forte, sim. Mas acho que pode mudar um pouco. A indulgência pode crescer com o surgimento de medicamentos que permitirão às pessoas comerem mais coisas e não engordarem, por exemplo. Isso aí pode evoluir para uma situação em que você vai poder comer mais sem ser tão prejudicial à saúde. As comidas que engordam são gostosas. É uma ou-

**"O mais interessante do supermercado é que a gente se reinventa rápido"**

exagero sobre o futuro do varejo durante a pandemia. Diziam que os shopping centers iam virar só showroom. O Diamond Mall, em BH, acabou de abrir mais um andar agora. Ninguém parou.

**Hallison –** Os shoppings estão fazendo ajustes e seguindo em frente.

**Alexandre –** É a história do varejo, de se reinventar o tempo inteiro.

**GÔNDOLA – Vamos falar dos próximos 30 anos. A última loja física de supermercados será fechada até 2054?**

**Alexandre –** Eu não acredito. Esta loja que está cada vez melhor vai perder o interesse do consumidor? Acredito que não. Tudo pode acontecer em 30 anos. Nos últimos 30 aconteceram muitas coisas no mundo que a gente nem fazia ideia. Mas no caso das lojas, a compra presencial de alimentos é um apelo muito forte.

## "Tão fofo que dá vontade apertar"

A marca Pullman é amplamente reconhecida por seu compromisso com a qualidade e inovação na produção de pães e produtos de panificação. Desde sua fundação, a Pullman tem se dedicado a oferecer alimentos saborosos e de alta qualidade, utilizando ingredientes selecionados e processos rigorosos de fabricação. Um exemplo notável desse compromisso é a campanha "Tão Fofo que Dá Vontade de Apertar", que destaca a maciez e frescor dos seus pães. A campanha é projetada para evocar emoções de conforto e familiaridade, associando seus produtos à sensação de carinho e bem-estar, o que reforça o vínculo emocional com os consumidores. Essa abordagem não apenas promove o produto, mas também solidifica a imagem da Pullman como uma marca confiável e querida por muitas famílias.



## Alguns clicks da participação da Bimbo na Superminas!

A participação da Bimbo na Superminas 2024 foi marcante para a indústria e para o setor de panificação no mercado mineiro. A feira, que é uma das maiores do segmento na América Latina, ofereceu uma plataforma ideal para a Bimbo apresentar suas inovações. As fotos desse evento capturaram a energia e a inovação presentes no stand da Bimbo, mostrando desde a exposição de novos produtos até interações com visitantes e parceiros comerciais. A participação da indústria na Superminas ressalta o quão engajada a Bimbo está com o mercado de Minas Gerais.



Alexandre Poni e o filho Enzo em visita às obras de construção de loja da rede Verdemar no bairro Belvedere, em Belo Horizonte, com inauguração prevista para dezembro de 2024



tra visão, sim. Existirão medicamentos que resolvem o problema que é engordar. Inclusive alguns já começam a aparecer no mercado.

**GÔNDOLA – Alguma coisa que esquecemos de incluir nesta entrevista?**

**Alexandre** – Uma coisa que não falamos do passado é o fato de que as mudanças legais feitas pelos governos, como o Sintegra, depois Sped, E-Social, tiveram impacto no varejo. Isso obrigou o varejo a se organizar. A buscar por ter gestão. A palavra-chave para o futuro é ter uma organização muito melhor. Os varejos estão se tornando muito mais profissionais. Há uma frase muito importante do professor Falconi que é “você só gerencia aquilo que você controla”. E essas obrigações legais, querendo ou não, levaram o varejo a se organizar melhor, aprimorar sua gestão, porque tem que prestar conta. A informalidade vem acabando cada vez mais. Tem diminuído muito e vai diminuir mais ainda. E isto influenciou nas mudanças do varejo nos últimos 30 anos. Agora, falando de um risco para o futuro do varejo, é a de governos cada vez mais arrecadadores. Se há um ameaça para o varejo é fazer recuar o crescimento da economia com a cobrança de impostos. A economia crescendo, favorece todo mundo. A renda do consumidor melhora, o consumo au-

menta, a produção cresce. Todo mundo ganha e o consumidor fica ainda mais exigente, mas isso não é problema. O supermercado está preparado para servir bem hoje e no futuro.

**GÔNDOLA – Que mensagem vocês deixam para os associados da AMIS? Porque a entidade tem como missão apoiar, defender e desenvolver o setor e vem fazendo isso desde 1971, ou seja, desde bem antes dos últimos 30 anos, e vai continuar cumprindo sua missão.**

**Alexandre** – Sem dúvida que a AMIS tem participado ativamente de tudo que falamos e tem esse papel. Quando me tornei associado, a sede era lá na Ceasa Contagem. Eu fui à primeira Superminas, que aconteceu no hotel Othon Palace, e veja o tamanho que é hoje o nosso evento! Nossa empresa e todo o setor contaram e contam com a AMIS sempre e isso vai ser cada vez mais importante no futuro. Temos que estar sempre unidos em apoio à nossa entidade. Hoje ela está preparada e vai sempre apoiar o setor. Por exemplo, falando em presente e futuro. Acho que uma coisa muito legal que aconteceu na AMIS nesses últimos anos foi a criação da *AMIS Jovem*. É algo que nos prepara para o presente e o futuro, pois serão essas gerações atuais que cuidarão do varejo no futuro. 🛒





Ativa e Inteligente

# SEGURANÇA PREVENTIVA DE PESSOAS E PATRIMÔNIOS



## Serviços:

Vigilância Patrimonial

Segurança Eletrônica

Porteiros e Manobristas

Olhos de Anjos

## Vantagens Competitivas

 **Conhecimento Especializado**


 **Agilidade e Adaptabilidade**


 **Atendimento Personalizado**


 **Inovação**



 31 3282-6567

 contato@anjosdaguarda.com.br

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

 Rua Germano Torres, 42 Carmo  
Belo Horizonte - MG

# BONZÃO SUPERMERCADOS ALIA empreendedorismo e inovação

COM SEDE EM SETE LAGOAS, REDE OPERA SETE LOJAS EM QUATRO CIDADES. À FRENTE DA EMPRESA, HÁ DEZ ANOS, ESTÁ UM JOVEM EMPRESÁRIO, QUE NASCEU COM DNA DE SUPERMERCADO

Adenilson Fonseca

São sete lojas de supermercados de vizinhança que trazem sob sua bandeira um exemplo de profissionalismo, atendimento e muita ousadia para inovar. A começar pelo proprietário que iniciou a empresa aos 26 anos de idade, mas já com ampla bagagem de conhecimento no negócio supermercadista.

Ao completar dez anos de mercado, a história da rede Bonzão Supermercados, com sede em Sete Lagoas, se confunde com a trajetória profissional de seu proprietário, o jovem Luan Mariano, que, nas suas próprias palavras, nasceu dentro de supermercado. "Venho de uma família

de comerciantes, de supermercadistas. Meus pais, meus tios, meus avós eram comerciantes supermercadistas. Eu nasci dentro do negócio e trabalhei com o meu pai", disse ele.

O que pode parecer estranho para uns ou altamente inovador para outros é que o menino com emprego certo, dentro da empresa do pai, queria algo mais e decidiu mudar totalmente a sua carreira, até então, como filho de empreendedor. "Com 20 anos de idade, mais ou menos, eu fui trabalhar de empregado. Fui conhecer coisas novas", conta.

Ele foi trabalhar como funcionário de outra rede de supermercados na cidade, onde entrou como repositor e lá cresceu profissionalmente. "Rapidamente, virei comprador, e com o tempo virei até gerente da rede toda, mas atuando muito fortemente na área de compras", detalha. "Trabalhei nessa empresa por dois anos e meio e consegui ter ótimos resultados lá". Nesse período, a rede dobrou de tamanho com decisiva contribuição de Luan Mariano.

## DE PAI PARA FILHO

Enquanto crescia como profissional de outra rede supermercadista, o que o futuro proprietário do Bonzão talvez não imaginasse é que um grande negócio viria a bater à sua porta, ou melhor, já estava na sua própria casa. Porque não seria um negócio qualquer, e sim um negócio de pai para filho.

Fachada de loja da rede Bonzão Supermercados, de Sete Lagoas e região



É que o pai, Odilon Mariano, decidiu passar o supermercado para o filho. “Eu falei que não queria nada de graça, usei esse termo com ele. Falei que eu queria comprar o supermercado, e ele me vendeu, obviamente, parcelado, aquele negócio ‘de pai para filho’. Era um varejão mesmo, um supermercado pequeno”, ilustra.

O ano da compra foi 2013 e, logo em seguida, Luan começou a dar a sua cara ao ponto. A trajetória de crescimento teve início no dia 5 de novembro de 2014, quando a primeira loja, com a nova marca Bonzão, foi aberta, no bairro Cidade de Deus, em Sete Lagoas. O nome continuou o mesmo da primeira loja adquirida junto pai, um ano antes.

“Em 2014, eu tive a oportunidade de abrir uma loja mais bem estruturada”, conta Luan. Era o início da empresa com o DNA do jovem proprietário e o nascimento, de fato, da rede atual. “Já nomeei como rede Bonzão Supermercados. Era mais bem-estruturada, com processos mais bem-definidos, uma loja maior”, detalha. “Abri essa loja na periferia mesmo, num bairro mais afastado. Mas eu quis levar desde a primeira, uma loja bem-montada, confortável, com ótimo atendimento, preço baixo e entregando ao cliente uma experiência boa, para as classes C e D, que é o público nosso. Mas a nossa essência sempre foi essa: lojas com boa estrutura, com bom atendimento e preço baixo. Isso sempre foi nosso DNA”, completa.

## CRESCIMENTO

A partir da primeira inauguração sob o comando do jovem empreendedor, foram surgindo oportunidades de crescimento, com possibilidade de abrir mais lojas e Luan não desperdiçou essas oportunidades. Hoje, a rede está presente diretamente com lojas em Sete Lagoas, Betim, Capim Branco e Jequitibá. Ao todo, emprega diretamente 230 colaboradores.

Com expansão de quase uma loja por ano, logo a rede precisou abrir seu centro de distribuição (CD). Esse novo marco veio há cinco anos, com a inauguração em Sete Lagoas. A abertura do CD

Ao lado, seção de FLV de uma das lojas da rede Bonzão Supermercados; abaixo, o proprietário da rede, Luan Mariano





No alto, imagem da primeira loja; acima, fachada atual de outra loja da rede

significou também o suporte para o crescimento da rede, que já tem um plano de expansão bem traçado para os próximos anos.

Dentro desse planejamento está a definição clara dos canais de atuação da bandeira. Mesmo sendo uma “nativa digital” e tendo à frente da gestão um jovem “antenado” com as novidades, a rede Bonzão Supermercados não atua no comércio online. Também não está associada a nenhuma central de negócios, porque “não houve oportunidade ainda”.

Outro “não”, é que a rede não tem atacarejo e, certamente, não terá por enquanto. “Depois de muitos estudos, optamos por focar em nosso modelo de negócio, loja de vizinhança”, afirma Luan.

Mas, a empresa encontrou uma maneira para inovar no meio digital. Foi a criação da *startup*, Bom Momento, com lojas de condomínios funcionando com autoatendimento, 24 horas por dia. “O Bom Momento é uma *start up* criada pela rede Bonzão, com o propósito de disseminar a honestidade. É um modelo de lojas autônomas

que opera dentro de condomínios e empresas, amparado pela tecnologia e opera sem funcionários, trazendo conforto, comodidade e preço justo aos clientes”, garante.

### ATENÇÃO AO CLIENTE

Como loja de vizinhança, o foco é no bom atendimento ao cliente. Para isso, o abastecimento é feito pela indústria, o que, na avaliação de Luan, possibilita maior poder de negociação, com retorno para o cliente final. “O abastecimento é predominantemente pela indústria, pois priorizamos a parceria para aumentar as vendas e gerar mais oportunidades para ambos os lados”, justifica.

Da mesma forma o desenvolvimento da equipe é outro foco de atenção constante. O treinamento dos colaboradores é feito na própria empresa e em instituições diversas, além da atuação da equipe interna. “Contamos com time de RH que faz a capacitação inicial e empresas especializadas trabalham juntamente com o time para profissionalização da equipe”, informa Luan.

Nesse sentido, além da valorização dos colaboradores, a rede Bonzão investe em causas ESG. Juntamente com uma empresa especializada, a rede supermercadista faz todo o processo de reciclagem dos materiais recebidos da indústria e dos gerados internamente no dia a dia. “Temos também em crescimento um projeto de educação ambiental junto aos nossos fornecedores e clientes. Além disso, temos uma campanha de troco solidário pela qual arrecadamos trocos para instituições como hospitais, clínicas de tratamento de câncer, etc”, ilustra.

### PREPARANDO O FUTURO

A rede Bonzão é uma empresa jovem, completando seus 10 anos de atuação no modelo atual de gestão, mas a trajetória não foi só de bons momentos. Sim, o proprietário já passou também por situações difíceis. Mas ele superou tudo e seguiu em frente. “No primeiro semestre de 2024, fiz um choque de cultura na empresa o que vem trazendo bons frutos, mas também foi um período

# Aymoré 100 anos

HÁ 100 ANOS  
CONSTRUINDO MEMÓRIAS,  
UNINDO GERAÇÕES E  
ALIMENTANDO SONHOS.  
ONTEM, HOJE E SEMPRE!





Mesmo durante a pandemia do Covid-19, a presença de clientes nas lojas da rede era expressiva

do desafiador. Eu me apoiei na equipe que se fez forte e resiliente, além de buscar profissionais mais especializados para os departamentos centrais da empresa”, relata.

Essa transformação suscitou também a necessidade de outras mudanças, especialmente, no desenvolvimento humano, como conta o proprietário. “A mudança cultural trouxe outras mudanças que ainda se encontram em andamento. Hoje, nossa prioridade é melhorar a capacitação de nossos colaboradores, melhorar nossos processos para gerar mais eficiência e buscar maximizar as vendas por metro quadrado”, revela.

Mas as novidades vêm também de outras áreas que vão marcar um crescimento ainda maior. “Para 2025 já temos uma nova filial confirmada e estamos trabalhando para melhorar e modernizar as lojas já existentes”, antecipa Luan. A empresa pretende também aumentar o mix de produtos de marca própria, ou exclusiva, hoje, apenas com marca de sorvetes. “Há um projeto de expandir o mix de marca própria para todos os setores da loja”, revela o proprietário. 🛒

## A homenagem dos parceiros fornecedores à rede Bonzão Supermercados



# FORNECEDOR, GARANTA JÁ A SUA VAGA NOS EVENTOS AMIS 2025

Mostre seus produtos, serviços e soluções para um público qualificado, ávido por novidades e transformações.

Por que ser um expositor ou patrocinador?

## Visibilidade para sua marca:

Exponha sua empresa para milhares de profissionais do setor.

## Networking de alto nível:

Conecte-se com líderes, decisores e potenciais parceiros de negócios.

## Oportunidade de negócio:

Aumente suas vendas e feche contratos diretamente com o público certo.



## CALENDÁRIO DE EVENTOS 2025

Associação V2 - 25/11/2024  
Todos os direitos reservados

FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	OUTUBRO	NOVEMBRO
2 <b>AMIS JÓVENIS</b> SHOW AMIS BELO HORIZONTE	26 <b>LÍDERES AMIS</b> FÓRUM DE EMPRESAS	2 <b>TROFÉU AMIS</b> HONRIFICADOR	12 A 14 <b>AMIS JÓVENIS</b> AMIS	10 <b>LÍDERES AMIS</b> POÇOS DE CALDEAS	1 <b>AMIRAS</b> BELO HORIZONTE	13 E 14 <b>SEVAR</b> DIVINÓPOLIS	21, 22 e 23 <b>SUPER MINAS</b> BELO HORIZONTE	11 <b>Fórum mineiro</b> Fórum Gestão São Francisco
	9 e 10 <b>SUPER INTER</b> JUIZ DE FORA	28 <b>LÍDERES AMIS</b> MONTES CLAROS	25 E 26 <b>SEVAR</b> PATRIMÔNIO	9 e 10 <b>SUPER INTER</b> UBERLÂNDIA	27 e 28 <b>SEVAR</b> POUSO ALEGRE	22 <b>AMIS JÓVENIS</b> SUPERMINAS	28 <b>TROFÉU AMIS</b> ALVARÉS CABRELA	
10 <b>AMIS JÓVENIS</b> JUIZ DE FORA	22 <b>SJA+</b> VIVENDO MINHEIRO BH	26 <b>AMIS JÓVENIS</b> ESPIRÍTO SANTO	10 <b>AMIS JÓVENIS</b> UBERLÂNDIA					

FALE AGORA COM O NOSSO COMERCIAL:



JOAQUIM MOREIRA  
[31] 98492-5744  
joaquim.moreira@amis.org.br



ALEXANDRE SOARES  
[31] 98427-1737  
alexandre.soares@amis.org.br

**AMIS**  
Associação Amis de Supermercado



EXPERIÊNCIA  
DO CLIENTE



## VENDAS NO CALOR da estação

CHEGOU A HORA DE PREPARAR A SUA LOJA PARA ATENDER À CRESCENTE DEMANDA PELOS PRODUTOS MAIS PROCURADOS DURANTE O VERÃO. ESTÁ AÍ UMA BOA OPORTUNIDADE PARA AUMENTAR AS VENDAS DE ITENS QUE FAZEM O SUCESSO DA ESTAÇÃO

Dayane Lima

Com a chegada do Verão, uma das estações mais aguardadas do ano, os supermercados intensificam suas estratégias para atender à demanda crescente por produtos típicos da temporada. Desde bebidas refrescantes e alimentos frescos até itens de cuidados pessoais, o setor se prepara com antecedência para atrair clientes e

impulsionar as vendas, principalmente nas cidades onde o turismo é maior neste período.

Carmo do Rio Claro, cidade turística que abriga o famoso Lago de Furnas, é considerada um dos pontos preferidos para muitas pessoas durante o Verão. O sócio-diretor do Novo Lago Supermercados, Israel Cardoso Oliveira, destaca o



período como alta temporada na região. Segundo ele, os preparativos começaram já em setembro, com o objetivo de atender plenamente a demanda dos clientes.

Israel observa que categorias como bebidas, hortifrúti, sandálias e, especialmente açougue, registram crescimento significativo. “Percebemos um aumento na procura por cervejas *premium* e cortes de carne, já que nesta estação o número de churrascos cresce consideravelmente”, relata.

### PARCERIAS

O Novo Lago Supermercados aposta em parcerias estratégicas com fornecedores para impulsionar as vendas durante o Verão. Israel enfatiza a importância de trabalhar em colaboração com grandes empresas do setor, como Ambev, Coca-Cola e várias cervejarias artesanais e regionais, para garantir um *mix* atrativo de produtos que atendam às preferências dos consumidores. Essas parcerias vão além do simples fornecimento de produtos: incluem ações promocionais,

campanhas de marketing e eventos que ajudam a destacar os itens sazonais e atraem mais clientes para as lojas.

Segundo Israel, essas colaborações permitem ao supermercado não só ampliar a variedade de produtos ofertados, mas também oferecer preços mais competitivos e promoções exclusivas, o que é fundamental para conquistar a preferência do público durante os dias quentes. A expectativa da rede é que, neste ano, as vendas cresçam em torno de 15%.

### LOGÍSTICA

Um dos principais desafios enfrentados pela rede é o armazenamento e a logística de produtos da categoria de frios e perecíveis, especialmente durante a temporada, quando a demanda por esses itens aumenta consideravelmente.

“O problema com produtos perecíveis é que não é possível manter um estoque muito elevado. Com o aumento da demanda, há situações em que a reposição pode demorar e resultar na





perda de vendas. Além disso, enfrentamos cortes por parte da indústria nessa época, devido ao aumento da demanda também para eles”, explica.

### FIM DE ANO E FÉRIAS

Já o Carrossel Supermercados, localizada em São Lourenço, conhecida como Cidade das Águas, aproveita esta época do ano para incrementar as vendas, visto que o período coincide com as festas de fim de ano e as férias escolares.

De acordo com o sócio-diretor da rede, Luciano Nogueira Fernandes, diversas campanhas foram elaboradas para aumentar as vendas, como o aniversário da rede Unissul, associação da qual fazem parte, e a própria campanha de aniversário do Carrossel.

Além disso, foram firmadas parcerias estratégicas com fornecedores de bebidas e sorvetes. Outras iniciativas, como a criação de pontos extras e degustações, visam promover produtos como água, refrigerantes, cervejas, sucos e sorvetes, em resposta ao aumento das temperaturas.

Luciano também ressalta que é uma boa oportunidade para investir em produtos como açaí, suplementos e alimentos voltados para dietas saudáveis, incluindo itens *diet*, *light*, integrais e funcionais, além de frutas, já que as pessoas tendem a buscar uma alimentação mais equilibrada e a se cuidarem mais durante essa época do ano.

Por outro lado, o Carrossel Supermercados também enfrenta desafios neste período de grande movimento, especialmente em relação ao cumprimento das entregas e das quantidades solicitadas aos fornecedores. Mesmo assim, a expect



**COPRA**



**SABOR  
LEVEZA  
FRESCOR**



Acesse nosso site e conheça toda a linha de produtos.

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

[f /copra.br](https://www.facebook.com/copra.br)

0800 400 9400

**leve para sua vida.**



tativa é positiva, com a projeção de um aumento de vendas entre 8% e 10%.

### AMPLO MIX

Saindo do Sul de Minas em direção ao Norte, Januária também conquista muitos admiradores com suas encantadoras praihas às margens do rio São Francisco. A Diretora Comercial do Cestão Supermercados, Louise Lisboa, ressalta que, durante o Verão, a demanda por produtos típicos da estação cresce significativamente, impulsionada pelo clima naturalmente quente da região.

Para este ano, Louise aposta no sucesso de novidades em *drinks*, frutas da estação, sorvetes e açaí. Ela também observa que as bebidas zero calorias têm conquistado cada vez mais a preferência dos clientes. No setor de perfumaria, destaca a importância de itens essenciais como protetor solar e repelente, especialmente devido ao aumento nos casos de Dengue e Chikungunya nos últimos anos.

### BEBIDAS SAUDÁVEIS

Visando atender o público que aprecia bebidas mais saudáveis e pouco calóricas, vale a pena apostar nos sucos, chás e água de coco. De acordo com dados recentes da Euromonitor, o mercado de bebidas saudáveis no Brasil tem crescido expressivamente, acompanhando a busca da população por uma alimentação mais equilibrada e natural. Estima-se que esse segmento continue sua expansão nos próximos anos, com um crescimento anual de 4% até 2026.

Entre as bebidas mais populares está a água de coco, valorizada por sua rica composição de nutrientes e alto poder de hidratação. Para atender a essa demanda, a COPRA Alimentos apresenta como diferencial sua água da polpa do coco, uma inovação que proporciona um sabor diferenciado e preserva ainda mais os nutrientes da fruta. Outro destaque da empresa é a água de coco integral, lançada este ano e produzida com 100% de coco verde, sem adição de ingredientes artificiais ou açúcar. 🛒

## Queijos Master Gourmet Parmesão Ralado e Fiapo

Divulgação



A Master Gourmet Agro Indústria celebra, na Superminas 2024, o lançamento do Queijo Parmesão Master Gourmet nas versões Ralado e Fiapos, fabricados na sua nova fábrica em Campo Belo-MG, a Master Gourmet leva aos seus clientes e consumidores o melhor parmesão do Brasil, para os mais exigentes paladares.

## Vinhos frescos para tomar no verão

A estação mais quente do ano está chegando e, desde a primavera, que já tinha um calor gostoso, chegou a vontade de degustar um vinho fresco e leve. Pensando nesse momento alegre e agradável, a BVolt selecionou alguns rótulos da Divisão de Luxo da Vinícola Concha y Toro que combinam com a estação, tanto para almoço, quanto jantar ou *happy hour*. “Amelia” é uma *viña* que conta com as cepas *Chardonnay* e *Pinot Noir*, altamente influenciadas pela proximidade do mar e sua brisa fresca que refresca o vinhedo. O *Chardonnay* explora as notas delicadas e de frescor no paladar. Já o *Pinot Noir* traz na cor rubi a cereja vermelha. O *Terrunyo Carmenere* é intenso, puro, cheio de mirtilo e frutas do bosque. Flores secas e uma pitada de pimenta preta complementam o vinho, que é frutado, saboroso e fresco. Já o *Terrunyo Sauvignon* tem notas de frutas vermelhas, violeta e toques herbáceos.

Divulgação



## Cobertura Premium da Harald para sorvetes

Produto chega ao mercado em embalagens de 4 quilos para atender sorveterias e o canal *food service*, oferecendo mais praticidade e qualidade para os profissionais do setor. A “Cobertura Premium TOP” para sorvetes já está disponível nas principais lojas especializadas de todo o Brasil. “Com o lançamento da Cobertura Premium TOP para Sorvetes, estamos introduzindo um produto que realmente transforma o dia a dia da indústria de sorvetes. Ele não só eleva a experiência do consumidor, como também oferece uma solução prática e pronta para uso”, destaca Fernanda Sequetto, Gerente de Marketing da Harald.



Divulgação

## Limppano lança amaciante ODD

A Limppano lança no mercado o amaciante ODD. Disponível nas versões concentrada (500 ml) e diluída (2 litros), o produto rende até 25 lavagens e já pode ser encontrado nas principais redes de varejo do Sudeste, com expansão nacional muito em breve. A pesquisa “Líderes de Vendas”, da Abras e NielsenIQ, indica que o setor de amaciantes no Brasil registrou uma alta de 4,6% em valor de vendas entre 2022 e 2023, evidenciando que o consumidor busca cada vez mais por qualidade e praticidade para garantir o bem-estar e o conforto que roupas bem cuidadas proporcionam. “Roupa perfumada é mais que sinônimo de limpeza, bem-estar, prazer, conforto e autoestima”, comenta Claudia Bandeira, gerente de Marketing da Limppano.



Divulgação





## *A Superminas 2024 foi um sucesso! Obrigado por nos visitar e fazer parte do nosso crescimento!*

O Gema de Minas Alimentos e o Gema do Brasil Distribuidora marcaram presença na Superminas 2024 por mais um ano consecutivo. Agradecemos a todos que nos prestigiaram durante esses três dias de evento, onde fortalecemos laços com amigos, clientes e supermercadistas.

**DURANTE A FEIRA, LANÇAMOS NOSSOS NOVOS PRODUTOS: DOCE DE LEITE PASTOSO, MEL SILVESTRE, MEL DE FLORES DE AROEIRA, MISTURAS PARA BOLOS NOS SABORES COCO, LARANJA, BAUNILHA E CHOCOLATE, E UMA LINHA DE CHÁS COM SEIS OPÇÕES: ERVA-DOCE, CAMOMILA, BOA NOITE, CIDREIRA, MAÇÃ E CANELA, E HORTELÃ.**

Para impulsionar ainda mais o nosso crescimento, estamos ampliando a nossa sede, aumentando nossa capacidade de produção e aprimorando o atendimento a parceiros e clientes, com o compromisso constante de oferecer qualidade e excelência.

## *Nos vemos na Superminas 2025. Que seja um ano incrível para todos nós!*



@gemademinasalimentos



@gemadobrasildistribuidora



www.gemademinas.com.br

# PORTAL PARA O MUNDO SUPERMERCADISTA

Um verdadeiro portal de acesso ao mundo do supermercado de Minas e do país. Esta é uma das maneiras de se resumir a Superminas 2024, realizada no final de outubro, no Expominas, em Belo Horizonte. Em sua 36ª edição, o evento estabeleceu novos recordes com a presença de um total de 61.357 empresários, executivos e profissionais do varejo supermercadista e da indústria fornecedora. Segundo maior evento do setor no Brasil, comprovou seu grande potencial como ambiente de negócios, ao movimentar R\$ 2,75 bilhões, e de conhecimento, relacionamento e de união do setor. NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, A COBERTURA ESPECIAL FEITA POR GÔNDOLA, também recorde.







## Cerimônia de abertura reuniu lideranças de diversos setores

**M**aior evento empresarial de Minas Gerais e o segundo maior do setor supermercadista no Brasil, a *Superminas Food Show 2024* teve cerimônia de abertura bastante prestigiada, com a participação de empresários do setor supermercadista de Minas Gerais e de diversos Estados, representantes de instituições parceiras e políticos estaduais e municipais, com destaque para as presenças do Governador de Minas, Romeu Zema, e do Presidente da Assembleia Legislativa de Minas, Tadeu Leite.

O presidente da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), Alexandre Poni, deu boas-vindas aos convidados, ressaltou a importância da presença de 71 vice-presidentes regionais da entidade e agradeceu aos parceiros pela ocupação de 100% do espaço do Expominas.

“Minas Gerais é o segundo maior mercado supermercadista do Brasil, com 11% do PIB mineiro, 47,5 mil lojas e 492 mil empregos diretos gerados, sendo 60% jovens em sua primeira oportunidade de trabalho. A AMIS está preparando o nosso setor para o futuro e eu peço ao governador que prosiga na luta em prol do empreendedorismo e da atração de investimentos para o Estado”, afirmou.

O dirigente também falou da parceria com o Sebrae Minas, patrocinador master do evento, e com o governo do Estado para o *Circuito Mineiro de Oportunidades de Negócios* (CMON), no Pavilhão

“Vem de Minas”, para que pequenos fornecedores pudessem apresentar e negociar produtos mineiros de alta qualidade para supermercadistas de todo o país.

“Reafirmamos nosso compromisso de acompanhar, *pari passu*, todos os desdobramentos da Reforma Tributária, enquanto aguardamos a Reforma Administrativa, que deveria ter sido feita antes”, declarou.



No alto, vista parcial do palco do auditório Diamante, na cerimônia de abertura da Superminas 2024; ao lado, o Presidente da AMIS, Alexandre Poni e o Governador de Minas, Romeu Zema, fazem pronunciamento durante a cerimônia



O presidente da Associação Gaúcha de Supermercados (AGAS), Antônio Cesar Longo

Confira a sequência de resumos dos pronunciamentos que se seguiram ao do presidente Alexandre Poni.

O vice-presidente do Sebrae Minas, Walmir Rodrigues da Silva, destacou o orgulho da parceria com a Superminas por meio dos projetos como *Origem Minas*, *Circuito Mineiro de Oportunidade de Negócios* (CMON) e *Pavilhão Vem de Minas*. “Esta é uma edição que marca a força da produção mineira”, frisou. Ele também comentou sobre a Reforma Tributária, alertando que o Simples Nacional não é renúncia fiscal.

Em vídeo, o presidente da ABRAS, Antônio Carlos Galassi, cumprimentou a AMIS pela promoção da Superminas 2024 e afirmou que a entidade está em alerta máximo para a Cesta Básica Nacional, um dos temas centrais da Reforma Tributária e também para a autorização de venda



O presidente da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Tadeu Leite

para produtos da linha de medicamentos e suplementos nas lojas supermercadistas.

O presidente da Associação Gaúcha de Supermercados (AGAS), Antônio Cesar Longo, agradeceu à AMIS e ao Brasil pela ajuda recebida durante a catástrofe climática que atingiu o Rio Grande do Sul no início do ano.

O secretário de Desenvolvimento Econômico de Belo Horizonte, Adriano Henrique Fontoura de Faria, representou o prefeito Fuad Noman, que estava então em campanha eleitoral. “Temos empresas do setor na cidade em processo de licenciamento e o prefeito autorizou a formação de um comitê especial para avaliar as solicitações com maior agilidade”, adiantou.

O secretário executivo de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais, Bruno Araújo Oliveira, agradeceu pelas iniciativas desenvolvidas em parceria com a AMIS e com o Sebrae Minas, como os projetos *Vem de Minas* e *CMON*, duas novidades da Superminas 2024. “Queremos chegar a 2026 com 1 milhão de empregos gerados. Hoje, estamos em 923 mil e acreditamos nos empreendedores como geradores de empregos”, disse.

O presidente da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, deputado estadual Tadeu Leite, reforçou que a “Casa” está à disposição do setor supermercadista. “Estamos de portas abertas para quem gera emprego e renda para Minas Gerais”, reforçou.

O governador de Minas, Romeu Zema, destacou que, com muito esforço, empenho e competência, o governo do Estado tem conseguido superar desafios, com índice de crescimento superior à média nacional. Entre os projetos está o Plano de Rodovias Mineiras, que visa colocar a malha viária em situação adequada para a circulação de veículos de carga e de passeio.

Na esteira de obras, o governador também anunciou a construção de cinco grandes hospitais regionais e o início da obra do Rodanel Metropolitano. “Estamos ao lado de quem trabalha, gera empregos e paga muitos impostos”, concluiu.



A **Avivar Alimentos** agradece aos clientes e parceiros que visitaram nosso estande na **Superminas 2024**. Somos gratos pelo apoio e pela confiança. **Juntos, seguimos alimentando bem um mundo em movimento!**





## Autoridades, lideranças e parceiros descerram fita inaugural da Superminas 2024

Logo em seguida à cerimônia de abertura, realizada no auditório Diamante do Expominas, lideranças do setor supermercadista, parceiros e o governador Romeu Zema participaram do descerramento da fita inaugural da *Superminas 2024*, na entrada para o Pavilhão Gerais.

Após a abertura, o presidente da AMIS, Alexandre Poni, e o governador Zema percorreram, acompanhados de lideranças supermercadistas, corredores do megaevento, para um contato com os expositores.

O governador também visitou o novo pavilhão *Vem de Minas*, para conferir de perto a ampla área do *Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios* (CMON), onde foi recebido pelos expositores com entusiasmo. Ele fez fotos com os empreendedores e ganhou de presente iguarias de várias regiões do Estado, para experimentar em casa.



Logo após o descerramento da fita inaugural, as autoridades foram conhecer o Pavilhão "Vem de Minas"

# BEAGÔ

## CARNES PREMIUM E PÃES DE ALHO GOURMET

*Para o melhor churrasco da vida!*



### QUALIDADE • SUCULÊNCIA • SABOR

Conheça nossa ampla linha de produtos e de variações de sabores.

31 99878-5060 | @beagoalimentos | beagoalimentos.com.br

**Conheça também  
nossa linha de  
produtos para  
um dia a dia  
muito saboroso!**



## Dona Carne

DESDE 1995

31 3691-4030 | donacarne.com.br



No centro do palco, representante de pequena empresa fornecedora utiliza os 3 minutos disponíveis para convencer os jurados (compradores)

## Governador Zema é o âncora de programa especial da TV Minas gravado na Superminas 2024

A presença do governador Romeu Zema Neto na abertura da Superminas 2024 motivou a gravação de uma edição extra do programa *Bão Demais pra Compra – Rodada Show*, pela equipe da Rede Minas. Zema intermediou as conversas entre empreendedores e supermercadistas mineiros e aproveitou para fazer a propaganda dos produtos do Estado e sugerir que eles ganhem maior espaço nas gôndolas.

A bancada dos supermercadistas reuniu nomes de peso do setor no estado, como o Diretor comercial do Verdemar, Alexandre Poni; o Gestor da Rede Maxsul, Cláudio Menezes; o Diretor do Supernosso, Edimilson Anacleto; o Presidente da Rede Minipreço, Elir Martins; o Sócio-diretor do Superluna, Navarro Agostinho; o Presidente do Mart Minas, Rono Neves, o Diretor do Grupo ABC, Thiago Martins e o Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala. Além de assistirem às apresentações, os empresários tam-

bém fizeram comentários e questionamentos sobre marketing, volume de produção/entrega e logística para os participantes.

Todos os produtores selecionados para a atração estavam inscritos no Circuito Mineiro de Oportunidade de Negócios (CMON), que promoveu rodadas de negociações com compradores das empresas supermercadistas nos dias 23 e 24 de outubro.

A cooperativa Coopanorte levou o carro-chefe: a castanha de baru, fruto nativo do Cerrado. A associação, que reúne 100 famílias da região do São Francisco, também produz doce de leite com baixa adição de açúcar e geleias de frutas do Cerrado. O produtor da cachaça *Cultura Mineira*, Mauro Antônio Pereira Dutra, tem a sua empresa há oito anos. Ele apresentou seus produtos e disse que, entre os diferenciais da sua marca, está a cachaça de alambique, que é destilada em reservatório de cobre com cana



# Portfólio “TOP OF MIND” na Super Minas 2024

Nessa edição apresentamos o portfólio das marcas **Camil**, **Coqueiro**, **União** e **Mabel**, destacando os diversos produtos reconhecidos pelos consumidores brasileiros como sinônimo de qualidade e tradição.

**Além de destacar os produtos Santa Amália, marca líder de vendas de massas em Minas Gerais e que celebra seus 70 anos de história junto aos mineiros.**

Atuamos em seis categorias no estado – grãos, peixes enlatados, açúcar, café, massas e biscoitos – com as quais a Camil Alimentos está **presente em todas as refeições e em diferentes momentos do dia.**



**Aproveite a solução completa de produtos da Camil Alimentos. E ótimas vendas!**



[www.camilalimentos.com.br](http://www.camilalimentos.com.br) • [www.santaamalia.com.br](http://www.santaamalia.com.br)

@\_santaamalia | @santa\_amalia | @StaAmalia



Ao microfone, o âncora e coordenador da bancada de jurados (compradores) daquela edição do Programa, o governador de Minas, Romeu Zema

crua e tem acidez máxima de 50 mg/100 ml, sendo que o limite é de 150 mg/100 ml, segundo regulamentação do Ministério da Agricultura e Pecuária.

A empresa Paladar de Minas apresentou o queijo meia-cura Calambau, que ganhou um sabor diferente com a adição de canela. O responsável pela produção, Geraldo Maciel Júnior, explicou que trata-se de uma receita tradicional. Da Serra da Mantiqueira, o café especial *Flô* tem selo de qualidade da Mantiqueira de Minas, um diferencial competitivo para o produto. Segundo o fornecedor, Celso Vieira Júnior, a propriedade existe

desde 1940 e a bebida tem notas de caramelo e chocolate, com nuances de amêndoa.

Com 35 produtos em linha, a Companhia Uai produz pimentas especiais e uma variedade de sabores de geleias (com e sem pimenta). O empreendedor Sahid Abdala Achcar destacou o excelente custo-benefício das iguarias. Na linha dos produtos saudáveis para dietas *low carb* etc., a empresa Na Palma apresentou a manteiga e o leite de coco em pó. O responsável, Sérgio Marques Costa, disse que a matéria-prima do leite de coco é o coco de macaúba, que é característico de Minas Gerais.



A apresentadora do programa da TV Minas, Bom Demais Pra Compra - Rodada Show, diante da bancada que fazia perguntas e avaliava a compra dos produtos apresentados





Transforme a sua rotina com diversão

**Agradecemos a todos pela participação na**  
*Superminas 2024*



Nossa participação na **SUPERMINAS 2024** foi um sucesso!

Agradecemos a todos que visitaram nosso estande e compartilharam momentos inesquecíveis com nossa equipe. Foi uma imensa alegria apresentar nossos produtos, especialmente o nosso mais recente lançamento: a Pururuca, que vem conquistando cada vez mais o paladar dos clientes!

Essa experiência foi mais do que uma oportunidade de negócios, foi um momento de conexão com nossos clientes e parceiros, que puderam conhecer a Croques de perto.

Que venham mais encontros como esse!

**Conheça mais  
sobre a Croques!**



 croquesalimentos

 Produtos Alimentícios Croques

 croques@croques.com.br

## Um jantar VIP em casa

O salão do andar térreo da sede própria da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), em Belo Horizonte, foi o local escolhido para abrigar um dos eventos mais esperados do ano, pois é feito na véspera da abertura do megaevento, e reúne um público de 250 pessoas, o Jantar VIP da Superminas, realizado dia 21. “Estamos na casa do supermercadista mineiro, uma sede própria que é fruto do trabalho de todos nós”, ressaltou o presidente da AMIS, Alexandre Poni, ao iniciar seu pronunciamento de boas-vindas aos participantes e apresentar seu agradecimento por todo o apoio recebido pela AMIS.

“Temos de agradecer muito a todos. Fazer uma Superminas que terá novos recordes é uma vitória de todos nós”, disse Poni. O Presidente agradeceu também a presença dos colegas supermercadistas de outros estados representados por suas associações, à comitiva da ABRAS e aos vários órgãos e entidades que estão apoiando a realização do evento. Ele não deixou também de destacar o trabalho feito pelos 71 Vice-Presidentes Regionais (VPR).

“A força do interior está presente na AMIS e, com ela, nossa entidade está representada em todo o grande território mineiro”. Em um pronunciamento que se estendeu por cerca de 15



O presidente da AMIS, Alexandre Poni

minutos, Poni não escondia a emoção de estar ali recebendo tantos convidados em um dos salões da sede própria. “Como disse, aqui é a casa do supermercadista e se sintam parte dela”.

Poni acabara de assistir nos primeiros momentos da recepção para o Jantar ao vídeo documentário feito sobre a história de 30 anos da Revista GÔNDOLA e se emocionou: “Quando a gente vê a GÔNDOLA comemorar 30 anos, ‘passa um filme’ na cabeça, pois minha empresa nasceu um ano antes da GÔNDOLA e hoje estamos aqui na casa do supermercadista podendo comemorar esse aniversário e muitas outras realizações da AMIS, na véspera de uma Superminas que vai entregar novos recordes”.





Logo após a fala do presidente, foi concedida a palavra a diversos oradores, representando importantes parceiros da AMIS e fundamentais para a realização da Superminas 2024, tais como o Sebrae Minas (apoiador master do evento), o Governo de Minas, a ABRAS, os patrocinadores do Jantar VIP (Ambev, Camil, Danone e GS1) e, em destaque para a Fecomércio Minas, Sesc e o Senac.

O Assessor da presidência da Fecomércio, Nilo Oliveira, representando o Presidente da Fecomércio, Nadim Donato, falou da parceria entre a Federação e os supermercados e, em especial, no apoio ao programa Mesa Brasil, no qual as empresas contribuem com a doação de alimentos encaminhados para a nutrição de crianças, jovens, adultos e idosos.

Foram convidados ao palco o Diretor da Fecomércio, Gilson de Deus Lopes e o Diretor Regional do SESC para a entrega de premiação aos maiores doadores do Mesa Brasil no ano, presentes no Jantar VIP: Mart Minas, Danone e AMIS.

O Prêmio Maiores Doadores do Programa Sesc Mesa Brasil celebra e reconhece os principais doadores do Programa, destacando suas contribuições significativas para a luta contra a fome e a promoção da segurança alimentar e nutricional.

A cerimônia visa fortalecer laços com os doadores e inspirar novas parcerias, ressaltando o impacto coletivo e a importância da criação da rede de solidariedade. As empresas DMA e Supermercados BH, também premiados, receberam seus troféus posteriormente ao Jantar VIP.

Acima, o Presidente da AMIS, Alexandre Poni e o Presidente Executivo, Claret Nametala, em foto que reuniu a equipe da ABRAS (à esq.) e os representantes de associações de vários estados presentes na Superminas 2024 (à dir.)



Nas imagens menores: acima, Nilo Oliveira, Assessor da Presidência da Fecomércio; e recebendo a premiação do SESC Mesa Brasil: Mart Minas (Rono Neves); Danone (Luís Molina) e AMIS (Alexandre Poni)





# Dia Nacional do SUPERMERCADO

*A Homenagem é para vocês!*

Este é um mês para reconhecer o trabalho árduo e a visão empreendedora dos supermercadistas que, com muito esforço e dedicação, fazem do supermercado um verdadeiro pilar da comunidade.

Parabenizamos também, todos os profissionais do setor que estão presentes em cada detalhe, garantindo que as necessidades do consumidor sejam atendidas com qualidade e eficiência.

Em cada loja, em cada operação, em cada atendimento, vocês fazem a diferença.

O esforço de cada um de vocês, seja na gestão, no caixa, no estoque, nas gôndolas ou no atendimento, é o que torna o setor tão essencial e valioso.

**Parabéns!**

## Conhecimento, empoderamento e diversão no *Evento Feminino da Superminas 2024*

Mais uma vez, o Evento Feminino da Superminas foi um sucesso! E uma das novidades da versão 2024 é que o encontro das mulheres aconteceu na sede da AMIS, no bairro Estoril, em Belo Horizonte, que acaba de ter sua área para realização eventos. A festa foi patrocinada pela Forno de Minas/Mc Cain Foods, Nestlé, Três Corações, Unilever e Uau/Ingleza.

Em sua fala de boas-vindas, a presidente da Comissão Feminina da AMIS, Luciana Poni, ressaltou que as mulheres estão presente em todas as conquistas do setor supermercadista mineiro. Destacou também o trabalho da Comissão como braço social da entidade. O *Bazar do Bem*, reali-

zado em setembro último, arrecadou R\$ 380 mil, que foram enviados para apoiar o tratamento a pacientes de câncer do Hospital Mário Pena.

“Temos oito mulheres na diretoria da AMIS como vice-presidentes regionais. Hoje, temos mulheres com sucessoras, sócias e fundadoras de supermercados e a nossa equipe AMIS também tem muitas mulheres que fazem a diferença para a atuação da entidade”, disse.

A primeira atração da tarde foi a palestra com a humorista, roteirista, atriz, dubladora e *podcaster* Criss Paiva. Com 17 anos de carreira, ela falou sobre “A arte da autorresponsabilidade”, o poder de escolha que todas as pessoas têm para ter uma vida melhor.

“A felicidade não é a ausência de conflitos, mas a liberdade para lidar com eles. Uma pessoa feliz não tem o melhor de tudo, mas torna tudo melhor”, ensinou. Considerando que o tempo é implacável e não espera, e que os planos futuros podem não acontecer, o que resta é investir no presente com gratidão e bom humor para ter uma vida feliz, na medida do possível.

Após a palestra, subiram ao palco as “Divas”. Com um repertório dançante de clássicos nacionais e internacionais, a baiana de Salvador, Nega



Kelly, e a paulista de Santos, Manu Diniz, animaram a tarde das mulheres presentes com uma apresentação feita sob medida para quem gosta de curtir um bom momento.

“Apresentamos as músicas das divas nacionais e internacionais com a energia em ritmo dançante. Cantar para um público tão especial de mulheres, mães, empresárias é sempre um prazer, um momento de inspiração e de diversão”, disse Manu Diniz.

### PARCERIAS

A Três Corações apresentou o Projeto *Florada Premiada*, reconhecido pela ONU como iniciativa que valoriza as mulheres cafeicultoras. A analista de *trade marketing* da empresa, Andrea Venâncio, informou que 100% do lucro da venda é revertido para capacitação e empoderamento desse público, que faz a diferença nas propriedades.

A Gerente de Comunicação e *Trade* da Forno de Minas, Flávia Moraes, falou sobre a aquisição da mineira Forno de Minas pela canadense McCain Foods. Ela ressaltou que a empresa tem a missão de cuidar de transformar a vida das colaboradoras tanto para a maternidade como para o desenvolvimento das carreiras, de forma a garantir oportunidades. Atualmente, 55% das empregadas ocupam posição de liderança.

A gerente executiva de vendas e *merchandising* da Nestlé, Ana Costa, falou sobre o projeto Mulheres Senior (50+), que visa transformar o olhar da sociedade sobre o processo de envelhecimento de anti-idade para pró-idade.

A gerente de Marketing e de Relacionamento da UAU/Ingleza destacou a parceria com o Evento Feminino da AMIS, uma oportunidade de mostrar para um público qualificado a qualidade dos produtos da indústria.

Pela Unilever, a gerente de Vendas, Renata Lara, também ressaltou o segundo ano da parceria com a AMIS e reafirmou o compromisso da empresa com a valorização do trabalho e o fortalecimento das vozes das mulheres do setor por ambientes mais justos e igualitários.



Na página ao lado, no alto, a Presidente da Comissão Feminina da AMIS, Luciana Poni, em sua fala de boas-vindas às participantes do Evento Feminino. Nesta página, no alto, a palestrante Criss Paiva; as cantoras do grupo musical Divas e grupos de participantes do Evento







MUITO OBRIGADO AOS SUPERMERCADISTAS QUE VISITARAM NOSSO ESTANDE NA SUPERMINAS 2024.



Sua presença abrilhantou muito nossa participação no evento, somos gratos pela confiança e preferência!



ACESSE NOSSA LOJA VIRTUAL



@dacolonia

sac@dacolonia.com.br - Fone: (51) 3409.1041



# CELEBRE

o fim de ano com um churrasco especial.

**Maturatta**

*Friboi*

**Celebra**

É CHURRASCO E PONTO



# SELEÇÃO DE CARNES MATURADAS QUE É GARANTIA DE MACIEZ E SABOR.



Diferenciação  
através da  
**ocasião churrasco**



Produto e enxoval  
de MPDV com **identidade  
exclusiva Celebra**



Ações de **sell out**  
para promover  
o **giro no PDV**



Alto valor agregado  
e **maior rentabilidade**  
para a categoria



Atrativo ao  
consumidor que busca  
um **mix variado**



Aumento de vendas  
com **exposição  
do Espaço Churras**



## AMIS Jovem é destaque na Programação da Superminas 2024

Um dos destaques da programação da Superminas 2024 foi a realização do Encontro da *AMIS Jovem*, na manhã do segundo dia do megaevento. Com presença recorde de público – incluindo a comitiva jovem da Associação Capixaba de Supermercados (Acaps) – o encontro teve início com um farto café da manhã. Terminado o momento de recepção e conagração dos participantes, o presidente da *AMIS Jovem*, Matheus Neves, fez a abertura oficial dos trabalhos, que se estenderiam até o almoço, servido no mesmo local.

Matheus fez um breve resumo do trabalho que vem sendo realizado pela *AMIS Jovem*, notadamente no apoio a planos de desenvolvimento de sucessores nas empresas supermercadistas. Após seu pronunciamento e de outros membros da mesa diretora, ocorreu a primeira etapa da apresentação dos patrocinadores do evento. A primeira a falar foi Kelly Monteiro, representando a empresa Mercês. Outra patrocinadora, a Specialli, teve como apresentadores Carlos Fernandes e Hudson Bicalho.

Logo em seguida aconteceu a palestra com o tema *A Relação dos Consumidores Com o Varejo*, apresentada por Jonathan Rosa, da equipe da Nielsen, responsável pelo estudo. Segundo Rosa, pesquisa recente mostra que os consumidores têm mudado seu relacionamento com o varejo com muita frequência, e um grande desafio hoje é a fidelização do cliente.

### COMPRA ALTERNADA

“São muitos os canais de venda disponíveis e o consumidor estará sempre buscando a melhor relação custo-benefício, muitas vezes alternando compras entre os diferentes canais, disse Rosa. Outro aspecto interessante da pesquisa foi a constatação de que, principalmente entre as camadas de menor poder aquisitivo da população, é crescente e permanente o gasto com apostas, o chamado fenômeno “bets”. Na sequência, dois outros patrocinadores tiveram seu momento. A Flash Led, com Cassius Gonzalez, e a Tradmaq, com André Melo.

Era chegado um dos momentos mais aguardados do Encontro: o Bate-Papo com Euler Fuad Nejm, Presidente do Grupo Supernosso. Euler, desde a infância, já frequentava a loja atacadista do pai, na região central de Belo Horizonte, e foi crescendo em meio ao dia a dia do comércio até ser emancipado, aos 16 anos, para tornar-se sócio na empresa.

### SUCESSÃO

“É uma honra para mim estar aqui para passar um pouco da minha experiência, que poderá inspirar muitos dos aqui presentes”, disse Euler, que passou a relatar o caminho percorrido pela empresa que se tornaria o que é hoje o Grupo Supernosso, reconhecido pela eficiente e exitosa atuação multicanal. “Não é fácil atuar em tantas frentes ao mesmo tempo. Contar com uma equipe qualifica-



da e de grande confiança faz muita diferença e é preciso estar aberto a diferentes opiniões”, ressaltou.

Lidar com diferentes opiniões é algo que Euler também levou para sua experiência de formação de sucessores na empresa. Assim como o pai dele fez, tornou seus filhos sócios na empresa e sempre os apoiou na formação, que começou nas funções mais simples até chegarem a cargos estratégicos no Grupo. “Não é fácil. Duas cabeças podem ter diferentes opiniões e da soma de A + B, o resultado será C; algo terá o melhor das duas ideias iniciais”.

“Tem que ser assim todos os dias, pois o respeito à opinião do outro vai gerar a opinião da empresa, que, neste caso, todos que fazem parte dela têm um padrão em comum: o cliente”, ensinou. “Pode parecer repetitivo falar isso, mas colocar o cliente no centro do negócio é fundamental. Nosso padrão é o cliente. Se ele não escolher sua empresa, nada terá sentido”, enfatizou. Euler respondeu a várias perguntas feitas pelos jovens, e agradeceu muito pela oportunidade de estar ali contribuindo para a formação deles.

Finalizado o bate-papo, o Presidente da AMIS, Alexandre Poni, participou do encerramento do Evento, ressaltando o trabalho que a *AMIS Jovem* tem realizado. “Era algo que faltava à nossa associação, e tivemos o privilégio de contribuir para a sua implantação na entidade, há cerca de 5 anos”, disse, olhando para os mais de 100 jovens que participavam do encontro.

## CAPIXABAS

Entre os presentes estava uma comitiva de seis jovens da Associação Capixaba de Supermercados (Acaps). Eles integram a recém-criada *Acaps Jovem*. “Temos um ano, mas já fizemos muita coisa no dia a dia da Associação, e também levando os jovens para ampliarem seus conhecimentos”, ressaltou Ruan Motta, Presidente da *Acaps Jovem*. “Já estivemos em eventos da APAS, da AGAS, na NRF e também na SIAL, e agora estamos na Superminas”, relatou.

Ele diz que, assim como nas associações paulista, gaúcha e mineira, as entidades abriram esse importante espaço para a formação de jovens



sucessores, e os resultados podem ser constatados com facilidade. “Os membros da *Acaps Jovem* já estão participando ativamente do dia a dia das empresas e se preparando para um dia estarem à frente dos negócios”, enfatizou. Ele aproveitou a entrevista para agradecer à “grande hospitalidade dos mineiros e ao apoio que recebemos da AMIS”.



# Igarapé

ÁGUA MINERAL

UNICK360<sup>1</sup>

## AGORA É OFICIAL! IGARAPÉ expande o seu portfólio!

A **Água Mineral Igarapé, com mais de 30 anos de mercado**, tem ampliado e modernizado sua infraestrutura industrial, expandindo as linhas de produção, centros de distribuição, áreas de estoque e escritórios, com o objetivo de atender à demanda do setor supermercadista mineiro. Sempre inovando, reformulou a embalagem da sua linha de **Refrigerantes Tropical Minas**, que agora contará também com a versão de 1 litro, além da tradicional embalagem de 2 litros. Com investimentos em uma linha de produção moderna, em breve lançaremos o **IGARAPÉ Ice**, nossa linha de gelo, nas embalagens de cubo (4 kg) e escama (20 kg), produzidos com a mesma qualidade da **Água Mineral Igarapé**. Buscamos constantemente soluções inteligentes e inovadoras para garantir a entrega de produtos de alta qualidade e competitividade no mercado. Nossos esforços e investimentos têm se mostrado assertivos, pois a marca **IGARAPÉ** continua em destaque entre os consumidores mineiros e no setor supermercadista, sendo **novamente premiada com o Troféu Gente Nossa 2024**.

A MAIS VENDIDA  
EM MINAS



Igarapé, compromisso de saudabilidade e pureza!  
REFRIGERANTES TROPICAL Minas e IGARAPÉ ICE, qualidade premium para o seu cliente!

Igarapé  
ÁGUA MINERAL

Igarapé  
GOLD

ÁGUA MINERAL  
TROPICAL  
MINAS

Tropical  
Refrigerantes

INARA  
ÁGUA MINERAL

Igarapé  
ice

Central de  
atendimento:  
31 2104-0700

igarapecoficial  
@igarape\_oficial

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

## Recordes de público e negócios

A Superminas 2024 estabeleceu novos recordes. A 36ª edição do megaevento contou com a presença de um total de 61.357 empresários, executivos e profissionais do varejo supermercadista e da indústria fornecedora. Segundo maior evento do setor no Brasil, mostrou mais uma vez seu grande potencial como ambiente de negócios, ao movimentar R\$ 2,75 bilhões.





DIA NACIONAL   
SUPERMERCADO

# TROFÉU GENTE NOSSA

SUPERMERCADISTA 2024



A edição 335 trará a cobertura completa do **Troféu Gente Nossa - Supermercadista** e a celebração do **Dia Nacional do Supermercado**.

Fornecedor, aproveite a oportunidade para reforçar sua presença no setor e celebre conosco esta data tão significativa!

Entre em contato para mais informações e reserve seu espaço na próxima edição.



**RENATA ABREU**

 **31 98419-7024**

**AMIS**  
Associação Mineira de Supermercados

  
**EXPERIÊNCIA  
DO CLIENTE**

## “Precisamos repensar o conceito de chefia no século 21”

**R**enomado historiador, professor e escritor, Leandro Karnal foi o responsável pela palestra de abertura da Superminas 2024, com o título “Liderança e Gestão de Mudança”, no Auditório Diamante, absolutamente lotado, que teve também transmissão ao vivo sendo feita em um auditório suplementar, para que um maior número de pessoas pudesse ter contato com os ensinamentos do palestrante. E valeu muito a pena o esforço, que se somou a outro da equipe da revista GÔNDOLA: Karnal aceitou o convite para uma entrevista exclusiva, desde que não durasse mais que 15 minutos. No final das contas, durou exatos 23 minutos, e a trazemos na íntegra para você. Além do resumo da palestra focada em como implantar novos conceitos de chefia, Karnal fala sobre o panorama atual do varejo, o futuro do setor supermercadista (“as lojas físicas nunca acabarão”), a relevância da experiência do cliente e do pertencimento, e muito mais. Foram 23 minutos de entrevista, plena de conteúdo surpreendente e inspirador.



O historiador, professor e escritor, Leandro Karnal

Giovanni Peres

**GÔNDOLA – Como tem sido a experiência do sr. em Minas Gerais?**

**Leandro Karnal** – Minas é um estado que me honra com muitos convites, não apenas para Belo Horizonte, mas para todo o Estado. É um prazer sempre muito grande de me relacionar com o povo de Minas. Um único defeito em Belo Horizonte é a grande distância do aeroporto em relação ao resto da civilização. No mais, tudo funciona muito bem.

**GÔNDOLA – O sr. fez uma palestra focada no tema liderança. Como resumiria a mensagem que passou para a plateia?**

**Karnal** – Todos nós, especialmente eu, que tenho 61 anos, fomos educados com uma visão de liderança que mais ou menos equivale à noção de um grande relógio de ponto, que controla a entrada e a saída. Controla os funcionários para não folgarem demais. O modelo de “chefe capataz” é um modelo ultrapassado. As pessoas exigem uma



# Obrigado Minas!

A Superminas Food Show foi um sucesso e gostaríamos de agradecer a sua presença em nosso stand.

A Macromaq é a **única representante autorizada da Hangcha em Minas Gerais**, oferecendo aos nossos clientes acesso exclusivo a uma linha completa de equipamentos de alta qualidade, com suporte técnico especializado e soluções que atendem às necessidades de cada operação

**Estamos aqui por vocês**, reforçamos o nosso compromisso de garantir um pós vendas ágil e assertivo.



**MACROMAQ**

**Juntos  
Movimentando  
Soluções**



Não restou um lugar sequer no auditório Diamante, da Superminas 2024, durante a palestra do professor Leandro Karnal

maior integração. Exigem, mesmo reconhecendo hierarquias e poderes distintos, que são parte de um processo. O que desenvolvi é como que nós conseguimos chegar a um chefe cuja presença acalma a equipe por dominar todas as etapas do processo, em detrimento daquele chefe sobre quem todas as pessoas perguntam: “ele já chegou?” – como se fosse uma entidade. Precisamos de um chefe que estimule o livre debate, porque tanto a equipe quanto a chefia querem a mesma coisa: o sucesso da empresa, da qual todos dependem. Um chefe que valorize a equipe, a diversidade dentro dela, e que seja uma barreira contra a tentação de desvios éticos, como por exemplo fofoca, linguagem passivo/agressiva, e assim por diante. Todos nós precisamos repensar o conceito de chefia no século 21. Nós fomos formados com uma chefia baseada numa autoridade organizativa e tarefaira, e não orgânica, que transforma o protagonismo de cada membro da equipe.

**GÔNDOLA – Como o sr. avalia o panorama atual do varejo, com ênfase, em sua análise, no setor de supermercados?**

**Karnal** – Vamos imaginar que durante a pandemia as escolas foram fechadas, restaurantes e bares foram fechados. Dois elementos do varejo, que inclusive cresceram naquele momento, foram farmácias e supermercados. Os dois deram um salto

a respeito da sua importância. Não existe setor mais rico para avaliar o comportamento do consumidor, da economia, as datas dessa economia, do que os supermercados. Os supermercados sabem quando entra a 1ª parcela do 13º, sabem os dias em que vencem os cartões de crédito. O supermercado é como se fosse o farol de uma economia. É um lugar aonde as pessoas vão com frequência, não param de consumir. É por isso que o supermercado precisa estar sempre atento a essas mudanças de comportamento.

**GÔNDOLA – Como o sr. avalia o crescimento do e-commerce? Há quem diga que nunca as lojas físicas de supermercados vão acabar.**

**Karnal** – O supermercado ainda é muito presencial, muito mais que as lojas de roupas, por exemplo, e por isso sofre pouco impacto do *e-commerce*. Acredito que nunca acabarão, porque tomando como exemplo o meu falecido pai e minha mãe, a ida ao supermercado era um evento. Um evento prazeroso, inclusive. E o debate sobre os preços, sobre as coisas, era um debate familiar. Eu acredito que no Brasil, neste momento, não há nenhum indicativo de risco para os supermercados como o que há para as lojas varejistas de roupas e outros setores que sofrem uma concorrência chinesa – por exemplo – muito grande. As pessoas ainda gostam e vão ao supermercado.

# LANÇAMENTO

# mel Brasil

o Mel do brasileiro

EMBALAGEM  
TIPO  
UPSIDE  
DOWN  
CORTA GOTAS



Garantia de Origem  
TIPO  
EXPORTAÇÃO

comercial3@melbras.com.br

www.melbras.com.br

@melbrasoficial

(31) 3849-2353

Indústria: Avenida UM, R. das Indústrias, 317, Timóteo - MG

**GÔNDOLA – Querem tocar o produto, sentir o cheiro, principalmente os produtos frescos, não é verdade?**

**Karnal** – Durante a pandemia, usei o sistema de entrega de um supermercado em São Paulo e começou muito bem, porque eles perguntavam: “você quer banana prata mais verde, mais madura?”, e achei ótimo e fui indicando, indicando. De repente aquele sistema me disse: “não tem a banana prata; serve a nanica?”. Depois, “a nanica só tem mais madura”... Deu tanto trabalho que eu disse “não vou mais usar”. Os EUA, que são um capitalismo de ponta e modelo para consumo, lá os supermercados vão bem e continuam sendo um ponto de encontro.



**GÔNDOLA – Inclusive, temos acompanhado, continuam a abrir lojas físicas lá.**

**Karnal** – Sim. Continuam abrindo lojas e cada vez mais com mais serviços, atrações que vão das pequenas amostras de produtos até a oportunidade de as pessoas ficarem mais tempo. E são estratégias para atender mais esse consumidor, que busca preço, qualidade, e, eu diria, até diversão. É um evento lúdico se fazer compras. Este é o fato de que consumir hoje é o grande debate da cidadania. Nós debatemos pouco o voto, debatemos pouco a qualidade da nossa representação política, mas os direitos do consumidor são amparados em código. O conhecimento desses direitos acaba sendo mais debatido que um fato político, entre outras questões. Eu diria até que, além do entre-

tenimento, o consumo, especialmente em supermercado, também é um exercício de cidadania. “Encontrei mais barato em tal lugar”, “Esse preço tinha dois preços e o código garante o menor”. Isso é bom, porque integra o consumidor ao processo. Lembrando sempre que além da liderança dentro da empresa supermercadista, a grande questão é como lidar com o consumidor exigente, inclusive o chato, porque este vai fazer com que eu aprimore o negócio. Quanto mais chato for meu consumidor, mais vou ter que ficar atento ao negócio!

**GÔNDOLA – Neste ano, o nosso tema para as atividades da Associação é “A experiência do cliente”, e o sr. acabou fazendo referência a ela. Para 2025, o tema será “Supermercado, orgulho de pertencer”. Como o sr. entende esse tema? O que o poderia discorrer a respeito?**

**Karnal** – Acho que quando se estabelece como meta que exista uma espécie de comunidade com identidade e orgulho de pertencer, você está estabelecendo um caminho muito interessante. O primeiro ponto para isso seria que as lideranças entendam que elas precisam ir às trincheiras. Nada prospera se você se isolar numa sala com ar-condicionado, água mineral. O banco, os supermercados e os negócios em geral precisam da presença das lideranças no caixa, na seleção de legumes, na padaria, etc. É preciso essa presença, porque ela lança um olhar junto ao consumidor. Se eu falo em pertencimento, eu entendo como funciona essa dinâmica. Em um mundo de telas, de relações intermediadas pela comunicação indireta do computador, conhecer pelo nome, perguntar se está tudo bem, sorrir, é uma grande jogada de marketing para formar uma comunidade efetiva. As pessoas estão ansiosas para serem conhecidas individualmente. Isso é um grande futuro. O tema de vocês para 2025 é excelente porque indica que a partir de agora têm um caminho bom e produtivo para pensar o futuro. E digo: o futuro está no atendimento individual, efetivo e afetivo, desse ser estranho e exigente do qual todos dependem, que se chama cliente.

# Descubra o **VERDADEIRO** — *sabor de Minas*

Na Superminas 2024, a Mercês encantou com o lançamento do pão de queijo com recheio de goiabada, unindo duas iguarias icônicas de Minas Gerais. Nossa linha premium, com alto percentual de queijos artesanais, trouxe um toque especial à feira, confirmando a qualidade que só o mineiro conhece e aprova.



**LEVE PARA SEU NEGÓCIO  
UM PRODUTO 100% MINEIRO,**  
artesanal e reconhecido em todo o Sudeste.  
Em breve, expandindo ainda mais para Miami!



## Encontro de Lideranças aborda principais temas de interesse do setor supermercadista

A programação da 36ª edição da Superminas incluiu a tradicional Reunião e Almoço das Lideranças, na manhã do dia 22 de outubro, com a presença dos membros da diretoria da AMIS e seus vice-presidentes regionais (VPR), supermercadistas de várias regiões do Estado, equipe da ABRAS, representantes de associações de outros estados e patrocinadores para um momento de *networking* e informes importantes sobre temas de relevância para o setor.

O presidente executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala, deu boas-vindas aos participantes e ressaltou a importância do encontro dos líderes do setor em Minas Gerais. O presidente da AMIS, Alexandre Poni, ressaltou a força dos supermercadistas mineiros para o resultado nacional do comércio varejista de alimentos.

Representando o presidente da ABRAS, o presidente da Associação Gaúcha Supermercadista (AGAS), Antônio Cesa Longo, reafirmou o

compromisso da entidade com a representação dos pequenos, médios e grandes supermercados brasileiros. Ele informou, ainda, que o deputado federal Domingos Sávio (PL-MG) receberá o título de Supermercadista Honorário, durante o jantar em comemoração ao Dia dos Supermercados, agendado para novembro, pela sua atuação em defesa do setor.

### REFORMA TRIBUTÁRIA

Passadas as eleições municipais, a Reforma Tributária deve voltar ao foco dos senadores no Congresso Nacional e, posteriormente, pela Câmara dos Deputados, para a última votação. A ABRAS defende o direito ao acesso da população a alimentos com preços acessíveis, por meio da Cesta Básica Nacional de Alimentos, com a manutenção da carga tributária para o setor, na casa dos 13,8%, resguardando o acesso a produtos diversificados para as famílias.



Em 2025, a Supra  
estará ao seu lado  
para **transformar o  
seu negócio**

**MAIS ESPAÇO,  
MAIS VENDAS,  
MAIS RESULTADO!**

Projetos **personalizados** de exposição e  
armazenagem para hipermercados e atacarejos,  
com **design inteligente**, atendimento em **todo  
Brasil** e entrega no prazo.


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

Nossos especialistas estão prontos para  
construir o seu projeto, junto com você.

 (37) 99801-5203  [suprainstalacoes.com.br](http://suprainstalacoes.com.br)

 **SUPRA**

UMA MARCA

 **Amapá**

Outro tema tratado é o descanso semanal remunerado. Embora o artigo 386 da CLT defina a folga quinzenal com escala 1X1, a Lei 10.101/2000, que trata da mesma matéria, garante o benefício aos domingos, na escala 3X1, o que causa uma divergência entre as partes. A ABRAS tem atuado junto aos deputados federais para a revogação do artigo 36 da CLT e pela tramitação dos projetos de lei que versam sobre esse tema.

O plano de logística reversa para o setor foi outro tema tratado durante a reunião de líderes. Segundo a ABRAS, em 2005 a instituição assinou um termo junto ao Ministério do Meio Ambiente para auxiliar as empresas a cumprir a legislação. No entanto, apenas três empresas aderiram ao projeto. Assim, em 2019 a entidade saiu do acordo.

A nova Lei 14.967/2024, que institui o Estatuto da Segurança Privada e da Segurança das Instituições Financeiras também foi tema de análise pelos especialistas da ABRAS, tendo em vista que, para o setor supermercadista, o conceito de vigilante foi ampliado, o que significa salários diferenciados e fiscalização da Polícia Federal. Há o Projeto de Lei nº 3655/2024, que visa revogar o Estatuto da Segurança Privada e no qual a entidade tem atuado, junto com a Confederação Nacional do Comércio (CNC).



O Vice-Presidente de Relações Institucionais e Administrativo da ABRAS, Márcio Milan

A ABRAS reafirmou que o setor deve manter a transparência com as autoridades e a população em relação a práticas como a venda social de produtos próximos do vencimento e às doações para ações sociais. Uma iniciativa da entidade foi protocolar junto ao Ministério do Desenvolvimento Social (MDS) para que pessoas inscritas no Cadastro Único para programas sociais do governo federal (CADÚNICO). Em curso, um projeto com o Exército Brasileiro visa oferecer oportunidades de emprego para os egressos do serviço militar obrigatório e também para o quadro temporário de oficiais da Instituição.

A Reunião e Almoço das Lideranças reuniu um time de patrocinadores de peso: Tradimaq, Sucos Tial, Coca-Cola Femsa, Flash Led e Hapvida Notredame Intermédica.



O Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala, detalhando a programação 2025 de eventos da entidade

#EFICIENCIAEECONOMIANODETALHE



# Revitalização de Coberturas



## Sistema GestFlex Proteção Completa

A solução definitiva para impermeabilização, isolamento térmico e proteção anticorrosiva. Projetado para máxima durabilidade e eficiência.



@ENG.GESTAO



Cariru, Ipatinga | MG

Precisando de Proteção, qualidade e 10 anos de GARANTIA?

NÓS TEMOS A SOLUÇÃO!

@eng.gestao

Faça seu Orçamento  
031 9 9115-5275

Acesse nosso site  
www.gestaoeng.com

## Estratégias de sucesso no Comercial e Marketing em debate durante talk show

O talk show foi um dos momentos mais instigantes e enriquecedores da Superminas 2024, oferecendo aos participantes a oportunidade de conhecer e absorver novas estratégias e experiências compartilhadas por grandes empresários do setor supermercadista.

Realizado no segundo dia, no auditório Diamante, o debate abordou o tema “Desafios e oportunidades que o Marketing e o setor Comercial apresentam para o segmento de supermercados”.

Entre os debatedores convidados estavam o sócio proprietário do Superluna Supermercados, Navarro Agostinho Cândido; o Superintendente Comercial, Marketing, Digital e CRM no Verdemar, Luís Fernando Costa, e o vice-presidente do Superpesso, Rodolfo Kayser Nejm. A mediação ficou a cargo de Antônio Claret Nametala, Presidente Executivo da AMIS, que conduziu as discussões com expertise e profundidade.

Claret deu início ao bate-papo ressaltando a importância de evitar abordagens repetitivas com o cliente, que já este é constantemente exposto a uma enxurrada de informações. Ele destacou a necessidade de trabalhar o relacionamento com o consumidor de maneira diferenciada para conquistar e fortalecer sua fidelidade, sempre com um cuidado estratégico.

Rodolfo Nejm destacou o impacto das mudanças, o choque de gerações e o grande desafio que isso representa para o Marketing, que deve encontrar o caminho certo para alcançar e conquistar o consumidor. Ele ressaltou que o Marketing vai além da Comunicação – é uma ferramenta estratégica para efetivar vendas. E, para vender, é essencial tornar-se a escolha preferida desse consumidor, seja no atacarejo ou no varejo, cada um com sua própria abordagem.



# 60 anos de sabor. Uma história pra contar.

  
Guaraná  
**MINEIRO**

Ao longo de 6 décadas, o Guaraná Mineiro tem sido sinônimo de sabor e tradição com uma família de produtos completa. Do clássico Guaraná aos deliciosos Sabores, águas e muito mais. Um convite para brindar e celebrar os momentos especiais ao lado de quem você ama com a qualidade que marca gerações.



**Centro Administrativo:**  
Rua Maria Quitéria, 550

**Fábrica:**  
Av. Paulo Roberto Cunha Santos, 2305  
Distrito Industrial - Uberlândia/MG  
Telefone: (34) 3292 4500

#### Centros de Distribuição:

Santa Maria/DF  
Polo JK, Trecho 01, Conjunto 03 - Lote 02

Aparecida de Goiânia/GO  
Av. Goiás, quadra 2 - Lote 4 - Setor Vera Cruz

Divinópolis/MG  
Rua Jundiáí 606 - Bairro Icarai

Rio Verde/GO  
Av. PW, 1 - César Bastos



SAC  
0800 034 2260

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

  [guaranamineiro](#)





“O cliente de hoje é muito disputado, há muita competição e excesso de informações. A tecnologia é uma aliada, mas pode se tornar um obstáculo se não houver um direcionamento claro. Para sermos uma escolha do cliente, o marketing tem esse desafio de mostrar os diferenciais que farão o consumidor optar por nossa loja”, afirma Nejm.

Luís Fernando Costa falou sobre o modelo mental desenvolvido no Verdemar e como ele tem sido aplicado. “A ideia é visualizar duas personas no centro de nossa estratégia: o shopper e o consumidor, pois ambos são distintos. Precisamos pensar tanto na pessoa que realiza a compra quanto em quem vai usufruir do produto. Trabalhamos intensamente na forma de comunicar e agregar valor para ambos”.

Para que isso funcione, Luís Fernando explicou que a interação entre setores é fundamental. “Contamos com quatro gerências do

Comercial que apoiam nessa comunicação e entrega de valor.”

Ele destaca ainda a importância da consistência e da clareza na comunicação. “É essencial saber exatamente o que queremos, como queremos, e manter o alinhamento entre a Comunicação e o que realmente estamos oferecendo”, afirmou.

Navarro ressaltou a importância das pessoas, enfatizando que nossa identidade molda o ambiente de trabalho e nosso caráter impulsiona os resultados. Ele exemplificou com a fase da infância em que as crianças constantemente perguntam o “porquê” de tudo.

Para promover a interação entre o Marketing e outros departamentos, Navarro sugere explicar o “porquê” por trás das ações, destacando a necessidade e os resultados esperados. Segundo ele, esse entendimento é essencial para engajar as pessoas de forma mais profunda.

# Mussarela

## MUTUMILK

Não pode faltar na  
**sua gôndola!**



- ✓ Alto Giro
- ✓ Fatiamento Perfeito
- ✓ Perda Reduzida
- ✓ Sabor Incomparável
- ✓ Fidelização de Clientes

**RESULTADO =**  
**+ VENDAS**  
**+ RENTABILIDADE**

**BRUNO GARCIA**  
Gerente Comercial

☎ (33) 3312-1402

✉ [brunogarcia@mutumilklatincios.com.br](mailto:brunogarcia@mutumilklatincios.com.br)

## Banco Inter faz análise otimista para 2025

Patrocinador oficial Diamante e banco oficial da Superminas 2024, o Banco Inter promoveu a palestra “Perspectivas Econômicas para 2025”, proferida pelo coordenador de Pesquisa Macroeconômica da instituição, André Cordeiro Valério.

Em sua explanação, André avaliou os resultados de 2023, como o crescimento do PIB em 2,9%, os cortes dos juros pelo Banco Central e a taxa de câmbio do dólar na casa dos R\$ 4,85. Neste ano, a expectativa era de que o PIB desacelerasse para 1,8% de incremento e que a taxa inflacionária estivesse mais baixa e próxima da meta de 3%, estipulada para o país.

No entanto, segundo o especialista, o Brasil caminha para repetir 3% de crescimento do PIB, com inflação ainda alta, na casa dos 4,5%, impulsionada pela energia elétrica e o período de seca, que impactou os custos da produção de alimentos de forma geral. A taxa de juros da SELIC voltou a subir e deve encerrar 2024 em 11,75%. O dólar ultrapassou os R\$5 e atingiu a marca de R\$ 5,7, algo que tem sido muito criticado.

Entre as notícias positivas do período, André Valério destacou o recorde histórico de pessoas ocupadas – 102,5 milhões – o que tem reflexo no varejo, que projeta crescimento de 5% para este ano, sendo que entre 70% e 80% desse resultado será puxado pelos supermercados. Outro aspecto é a balança comercial do país, “extremamente superavitária e que veio para ficar”, sobretudo pela

exportação do petróleo dos campos do Pré-Sal, que agora estão consolidados.

“Em 2025, tudo vai passar pela questão fiscal. A dívida pública corresponde a 80% do PIB, o que vai exigir uma ação do governo nesse sentido para reduzir os gastos públicos e evitar que o endividamento chegue aos 90% do PIB”, destacou.

Valério afirmou que o Banco Inter tem uma análise otimista para 2025, desde que a contenção fiscal aconteça, para atacar a estrutura de gastos. “2025 será um ano bom para fazer esse ajuste, porque não tem eleição. Lula quer manter os investimentos sociais, mas ministros como Haddad e Tebet têm falado a respeito”, analisou.

A previsão de crescimento voltará para 1,8% no próximo ano, com a inflação caindo para 3,8%. A Selic deve ter mais uma alta em janeiro, chegando a 11,75% e depois, segundo o especialista, vai cair 1 ponto percentual, para 10,75%. Sobre o câmbio, a expectativa é que o real se valorize perante o dólar, com cotação de R\$ 5,40, sem possibilidade de redução, se não houver um grande choque.

“O Brasil é um país complicado e repleto de incertezas. A todo tempo, flerta com o abismo, mas não pula. No final das contas, estamos, aos trancos e barrancos, com coisas muito positivas acontecendo. É preciso ter cuidado, criatividade, e não ser pessimista. Quem achou que ia perder dinheiro em 2008 estava errado. Quem achou isso em 2022 também se enganou e isso vai se repetir novamente”, concluiu.







**TODA HORA**  
EM TODO LUGAR



# Nova batata chips Fritz & Frida.

Você não vai conseguir  
parar de comer.



## Consulado da Argentina presente na Superminas com novidades e oportunidades

Pelo terceiro ano consecutivo, o Consulado da Argentina marca presença na Superminas, reforçando seu compromisso de promover e divulgar produtos argentinos no Brasil. Com foco em alimentos e bebidas, a iniciativa visa inserir esses produtos no mercado de Minas Gerais, bem como supermercados de todo o país.

Segundo o Cônsul-Adjunto da Argentina em Belo Horizonte, Facundo Alejandro Salomón, Minas Gerais tem grande potencial de complementariedade com a Argentina, especialmente no setor de bebidas, como os vinhos, azeites, leite em pó e outros laticínios. Ele acredita que muitos produtos consumidos por brasileiros que viajam à Argentina têm grande potencial de demanda no Brasil. “A ideia é abrir as portas para que esses produtos argentinos possam estar disponíveis nas gôndolas dos supermercados mineiros”, afirma.

Facundo afirma que as expectativas para a Superminas deste ano foram muito positivas.



“Recebemos muitas consultas sobre produtos tradicionais, mas nosso objetivo também é ouvir a demanda do mercado. Aproveitamos para visitar outros estandes de empresas de setores específicos que acreditamos ter potencial para a compra de produtos argentinos, como laticínios, camarões, vinhos, azeites e azeitonas”.

## Refeições rápidas e saborosas nos Food Trucks

Durante a Superminas 2024, os visitantes e participantes contaram com um espaço diferenciado para fazer uma pausa e saborear uma refeição rápida: a área de *food trucks*, estrategicamente localizada na praça de alimentação do foyer 1, foi a escolha ideal para isso.

Com uma diversidade de opções, desde lanches rápidos até pratos completos, os visitan-



tes puderam saborear hambúrgueres, beirutes artesanais ou um delicioso estrogonofe. Everaldo Eustáquio Guimarães, que experimentou o estrogonofe, destacou o espaço como uma ótima opção para quem buscava uma refeição prática e saborosa.

Participante de edições anteriores, o *food truck* Incrível Burguer trouxe seus hambúrgueres e beirutes artesanais para o evento. Segundo a gerente, Amanda Paes, a demanda pelos lanches foi um sucesso, impulsionada pela propaganda boca a boca. “O beirute, que inicialmente não era tão conhecido, se popularizou durante o evento”, relata.



# PINTEPOXI NO SUPERMINAS 2024:

A Pintepoxi impressionou com um portfólio robusto de soluções em armazenamento e logística. O estande destacou estruturas metálicas de alta qualidade, projetadas para aumentar o espaço e a segurança das operações logísticas. A feira reforçou o compromisso da empresa em transformar a logística de seus clientes com inovação e durabilidade.



**PINTEPOXI**

sistemas de armazenagem

QUALIDADE ACIMA DE TUDO

## SOLUÇÕES PERSONALIZADAS PARA POTENCIALIZAR O CRESCIMENTO

Mais do que estruturas de armazenamento, a Pintepoxi oferece projetos personalizados para supermercados, atacados e centros de distribuição. Com materiais de alta resistência, seus produtos são um investimento de longo prazo que traz segurança e otimização de espaço, adaptando-se às necessidades de cada cliente.

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

(31) 3361-8009  
(31) 3394-9581

31 98868-9415

@pintepoxi

## Projeto Meu Tomatì é apresentado na Superminas 2024

Uma das últimas palestras de destaque realizadas na Superminas 2024 foi a de apresentação do projeto Meu Tomatì. O projeto é uma iniciativa do consórcio Oi Pomodoro, que reúne alguns dos maiores desenvolvedores italianos na produção de conservas de tomates comercializados na Itália e

no exterior. O principal objetivo é ampliar o conhecimento sobre os métodos de fabricação, desde o campo até o produto final e o respeito às tradições, que tornam únicos os tomates pelati, as polpas e a passata italianos. O projeto é promovido em Minas pela Câmara de Comércio Italiana de Minas Gerais.

Ao participar da Superminas 2024, o Meu Tomatì buscou se aproximar ainda mais de um dos principais canais de distribuição das passatas, polpas e tomates pelati importados da Itália – os supermercados. Características específicas de tipos de tomates plantados e do clima e solo das principais regiões produtoras daquele país dão um paladar exclusivo para os frutos que serão processados em métodos regulamentados e monitorados. Por exemplo, o uso dos tomates na fabricação só pode ser feito em até 24h após a colheita.

Várias ações do Meu Tomatì estão previstas para ocorrer ainda neste ano. Durante a palestra foi informado que o projeto está aberto a parcerias que possam apoiar o tomate italiano em Minas e no Brasil. Contatos e informações: [www.italiabrasil.com.br](http://www.italiabrasil.com.br).



Na foto, da esq. p/ dir.: Michele Sabatino (gerente geral do consórcio Oi Pomodoro), Maria Rosaria Barbato (profa. da UFMG e diretora do Comitê de Italianos no Exterior), Guglielmo Vaccaro (presidente do Oi Pomodoro) e Matheus Lamarca (internacionalista da Câmara de Comércio Italiana de MG)

## Comemoração dos 30 anos da revista GÔNDOLA

A Superminas 2024 também foi palco para a comemoração do aniversário de 30 anos da revista GÔNDOLA. Um dos momentos foi a apresentação do vídeo documentário sobre a revista na abertura do Jantar VIP, realizado na sede da AMIS, na véspera da abertura do megaevento. Outro, igualmente muito importante, foi a instalação de um painel de 15 metros de comprimento no corredor que ligava o Pavilhão Gerais à área de Auditórios e ao Pavilhão Vem de Minas. Além do registro dos fatos marcantes da revista em seus 30 anos, o painel tinha em seu final um “ponto instagramável” que atraiu leitores e muitos curiosos durante todos os 3 dias da Superminas. Uma equipe também fez a distribui-

ção gratuita de exemplares da edição 333 para supermercadistas e profissionais do setor que visitavam o painel.



# Rematec

Tecnologia para varejo

## Solução 360° para todos os setores do varejo.

Oferecemos desde o layout de loja até a venda de todos os equipamentos e software necessário para alavancar o seu negócio.

**"Rematec, a pessoa de confiança do varejista, de hoje e amanhã, de ponta a ponta."**

- Projetos personalizados
- Automação Comercial
- Software
- Gôndolas, portapaletes e check-outs
- Refrigeração comercial e Industrial
- Móveis de madeira
- Cozinhas profissionais
- Assistência técnica e field service



APONTE SEU CELULAR

SAIBA MAIS SOBRE  
A REMATEC

Entre em contato com nosso  
time comercial para conhecer  
mais nosso trabalho

**Comercial**

(31)3360-1900



Movimentação de público na área do Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios (CMON), no Pavilhão Vem de Minas

## Circuito de Oportunidades e Negócios (CMON), Rodada de Negócios e muito mais no Pavilhão “Vem de Minas”

Apoiador master da Superminas 2024, o Sebrae levou para o megaevento a força do empreendedorismo mineiro. No pavilhão “Vem de Minas”, antigo Espaço Minas 360º, a instituição, em parceria com a AMIS e com o governo do estado,

abriu espaço para que produtores de diversas regiões de Minas pudessem apresentar produtos de alto valor agregado que podem fazer a diferença para a *mix* supermercadista Brasil a fora.

O presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae Minas, Marcelo de Souza e Silva, destacou o potencial do polo supermercadista. “O Sebrae Minas tem atuado junto à AMIS e ao Governo do Estado, por meio da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, para aproximar micro e pequenas empresas da agroindústria dos grandes *players* do setor em Minas Gerais. Durante a Superminas, por exemplo, promovemos e criamos conexões promissoras no estande do *Projeto Origem Minas* e na Rodada de Negócios”, explicou.

Foi no pavilhão “Vem de Minas” que aconteceu mais uma edição do Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios (CMON), projeto do Sebrae





**MAIS  
AMOR**

ALIMENTOS

**PARA**

**QUEM**

**AMA**

**DE VERDADE!**

*Pão de  
queijo*



31 99557-0711

/maisamoralimentos

queromaisamor.com.br



Minas em parceria com a AMIS e o governo do Estado, que tem a proposta de promover o encontro entre compradores e vendedores dispostos a fazer bons negócios. As rodadas aconteceram nos dias 23 e 24 de outubro, para 68 produtos e 40 potenciais compradores, com expectativa de R\$ 20.304.500 em negócios fechados nos próximos meses, segundo o Sebrae Minas.

“Ao longo dos últimos meses, o trabalho em parceria entre Sebrae Minas, AMIS e Governo do Estado foi fundamental para a realização do Circuito Mineiro de Oportunidade e Negócios (CMON), que visa capacitar e desenvolver empreendedores para introduzir e ampliar a participação de seus produtos nos mercados regionais, oportunizando a geração de novos negócios para as micro e pequenas empresas mineiras. Já apoiamos a participação empresas em nove feiras e rodadas no país, com resultados que chegam a R\$ 71 milhões em negócios junto às redes de supermercados das regiões do Triângulo, Noroeste, Zona da Mata,

Centro-Oeste e Sudoeste, Rio Doce, Norte e Sul de Minas”, destacou o a o presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae Minas, Marcelo Silva.

O Secretário de Estado de Desenvolvimento Econômico, Fernando Passalio, também comemorou o resultado dos projetos desenvolvidos em parceria com a AMIS e com o Sebrae. “Além de ser a maior feira supermercadista de Minas, com o Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios o evento se torna um dos principais meios para que as pequenas empresas insiram seus produtos no mercado. Esta parceria entre o Governo de Minas, a AMIS e o Sebrae Minas coloca os pequenos negócios ‘na cara do gol’ através das rodadas de negócios. É um potencial fantástico para os empreendedores desenvolverem sua capacidade produtiva, gerando mais emprego e renda em todo o estado”, disse.

#### QUEM ESTEVE LÁ

Diretamente de Conselheiro Lafaiete, a 100 km de Belo Horizonte, a Fruto Serra marcou presença no estande com as frutas congeladas. A empresa familiar começou com agricultura familiar no sítio. O negócio cresceu, se transformou em fábrica e quer aumentar as entregas, segundo o diretor, Vitor de Paiva Gonçalves, que estava acompanhado da sua sócia de vida, Camila. O casal comemorou a oportunidade de estar na Superminas pela primeira vez. “Fizemos muitos contatos e vimos muitas coisas que vamos levar para casa”, disse Vitor.

De Campanha, no Sul de Minas, a Cogumelos Cappello produz principalmente derivados de shiitake e de shimeji, com linhas de antepastos, risotos no pote, prontos para ir ao fogo e, ainda, granolas *low carb* doces e salgadas, que valorizam tanto o café da manhã como a salada. Segundo a proprietária, Mariângela Aires Fonseca Ferreira, a primeira participação na Superminas foi impactante. “Deu tudo certo. Estamos entusiasmadas com a receptividade dos compradores para o nosso produto”, comemorou.

A Boleria do Bem é uma empresa de Pouso Alegre, no Sul de Minas, que desde 2017



# REDE MINIPREÇO

na Superminas Food Show 2024,  
o maior evento empresarial  
e do varejo mineiro.

São 20 anos investindo em pessoas,  
tecnologia e relacionamento.

Nós transformamos desafios  
em crescimento.

A Rede recebeu em seu stand  
clientes e parceiros de negócio  
fortalecendo laços comerciais e  
de amizade que hoje somam mais  
de 230 lojas com faturamento  
superior a 1,5 bilhão por ano.

Transforme os seus desafios  
em crescimento.

Faça parte do sucesso  
da Rede Minipreço...

CONTATOS DA REDE MINIPREÇO

<https://superminas.org.br/>

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



## Supermercado Bom Tempo



Marcos (comprador), Bianca (supervisora financeira), Daniel (Supermercado Bom Tempo) e Elir (diretor)

## Armação Supermercados



Fabício (executivo), Letícia (executiva), Patrícia (proprietária), Gustavo (Armação Supermercados) e Elir (diretor)

## Supermercado do Roberto



Edgerson (executivo), Wilciene (coordenadora logística), Leonardo (Supermercado do Roberto) e Elir (diretor)

## Major Supermercado e Supermercado Hiper Azevedo



Edgerson (executivo), Rogério (Major Supermercado), Vinícius (Supermercado Hiper Azevedo), Elir (diretor), José (Supermercado Hiper Azevedo) e Renato (Rede Minipreço)

## Codil Alimentos



Vilela (diretor), Maurílio (supervisor), Arlindo (diretor), Elir (diretor), Rafael (comprador) e Diego (comprador)

## Comercial Silva



Rafaela (logística), Leonardo (assistente de compras), Marcos (comprador), Lucas e esposa (Comercial Silva) e Wilciene (coordenadora logística)

## Empório Casa Branca



Pio Celso (Empório Casa Branca), Elir (diretor), Maria Perial e Juliete (Empório Casa Branca)



O Governador de Minas, Romeu Zema, acompanhado do Presidente da AMIS, Alexandre Poni, fez questão de visitar o maior número possível de estandes de pequenas empresas participantes do Circuito Mineiro de Oportunidades e Negócios (CMON), instalados no Pavilhão "Vem de Minas"

produz alimentos sem glúten, sem lactose, sem açúcar e sem contaminação cruzada. Tudo funcional e saudável. Pela primeira vez na Feira, a empreendedora Janice Pascoal levou pães variados, que foram pensados para facilitar a vida do consumidor. "São pães funcionais, pré-assados e congelados, que podem ser preparados no forno ou na *air fryer*. O melhor do pão está na Boleria do Bem", afirmou.

Também de Pouso Alegre, a Destilara Lassalet apresentou o lançamento Lassalet's, um *drink* em lata pronto para beber, sabor abacaxi e hortelã, que é feito com o Gin Lassaleti. Os diretores, Luiz Felipe Leite da Silva e Iago Ferrão, são amigos de infância e decidiram cuidar do negócio juntos. O Gin Lassaleti está entre os 28 melhores do mundo, com prêmios em Londres e Bruxelas. "Selos são certificados de qualidade para o consumidor", pontua Luiz Felipe da

### COMPRADORES

Além das grandes redes supermercadistas, o varejo de alimentos de forma geral marcou presença na Superminas 2024 para diversificar o *mix* de produtos nas lojas. Com 35 anos de mercado, a Litoral Congelados Gourmet fechou três parce-

rias com expositores da Feira para incrementar as áreas de empório das quatro lojas localizadas nos bairros de Lourdes, Mangabeiras, São Bento e Cruzeiro, em Belo Horizonte. A empresária Sheila Regina de Abreu gostou do modelo de negociação do CMON, que possibilitou conversar com o fornecedor e provar o produto.

"Pudemos conhecer os produtos que vamos expor nas nossas lojas, provamos e entendemos o conceito. A proposta da Litoral é uma linha de alimentos congelados e massas variadas que usam frutos do mar e outras carnes, sem o uso de aditivos químicos, e isso é um diferencial para os nossos fornecedores", conta. A empresa acaba de inaugurar a sua confeitaria, com doces congelados para diversas ocasiões.

Outra compradora que saiu da Superminas 2024 satisfeita foi a Lícia Rodrigues Cornélio Tamura, proprietária do Delícia Café Empório, localizado na Avenida dos Bandeirantes, 809, na capital mineira. "Procurei e encontrei novos negócios e produtores que podem agregar valor ao *mix* de produtos da loja. Achei muita coisa interessante. A rodada de negócios, nesse formato, foi mais produtiva e interessante", destacou. A empresa tem 18 meses de funcionamento.



Celebre a  
**MAGIA** dos  
**SABORES**  
Boas Festas!



O sabor de fazer bem feito.

**Saudali**

## Projeto Origem Minas reuniu delícias produzidas em todo o Estado

O *Projeto Origem Minas* é mais uma das importantes iniciativas que o Sebrae Minas leva para a Superminas todos os anos. O estande desta vez ficou no Pavilhão “Vem de Minas” e reuniu micro e pequenas empresas do agronegócio mineiro, que puderam fazer contato direto com os compradores do setor supermercadista.

Diretamente de Contagem, na RMBH, a empresa Hogdidi/Mollin levou molhos feitos com frutas, sem corante e essência, para acompanhar carnes e outros alimentos. A linha também tem geleias que seguem o mesmo conceito. A empresária Paula Macieira celebrou a terceira participação na Superminas, pela oportunidade de fazer negócios. “Hoje, estamos maduros para negociar, porque temos uma capacidade produtiva de 1 mil embalagens/dia”, destacou.

Mundialmente conhecida, a região de Salinas tem cerca de 40 marcas de cachaça registradas. No entanto, não são todas que estão nas gôndolas dos supermercados. Com embalagens diferenciadas, bebidas das marcas *Meia Lua*, *Unna*, *Valiosa* e *Salineira* tiveram presença no estande do *Projeto Origem Minas*.

“Embora estejamos no *terroir* da cachaça mineira, não podemos deixar uma oportunidade de negócios passar em branco. Hoje, temos grandes *players* já consolidados, mas queremos abrir espaço para outras marcas da região, e isso passa pela exposição dos nossos produtos em feiras como a Superminas”, concluiu Danielle Sarmiento, proprietária da *Valiosa* e da *Salineira*.





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

# DEIXE SUA RENTA BILIDADE NO AZUL



'A **RENTABILIDADE** DA CATEGORIA LIMPEZA É UM DOS MAIORES DESAFIOS NO VAREJO'

Coloque suas margens no azul e tire sua loja do vermelho.

AZULIM é a resposta exata para garantir maior lucro e melhor rentabilidade, sem abrir mão da qualidade e poder de recompra.



# Tati Minas

Pães Congelados

Tudo prático e mais gostoso!



**Nosso principal objetivo é facilitar a rotina da sua padaria oferecendo produtos de alta qualidade e praticidade.**

**FALE CONOSCO**



@TATIMINAS\_OFICIAL



TATIMINAS



(16) 99409-3368

**UNIDADE JARDINÓPOLIS**

RUA BRASIL ALTO FURQUINI, 561  
DISTRITO INDUSTRIAL ADIB RASSI II  
FONE (16) 3663-1100

**UNIDADE RIBEIRÃO PRETO**

RUA PORTO SEGURO, 52169  
IPIRANGA  
FONE (16) 3011-8400

**FROTA PRÓPRIA**



**WWW.TATIMINAS.COM.BR**

## CeasaMinas: presente no varejo supermercadista

A CeasaMinas marcou presença na Superminas com um estande no espaço “Vem de Minas,” destacando sua marca e fortalecendo o apoio às empresas mineiras. A participação visou estreitar ainda mais a relação com o setor supermercadista em todo o estado, valorizando a parceria e o compromisso com o desenvolvimento do mercado regional.

No estande, um painel destacava dados representativos sobre a CeasaMinas, acompanhado de um mapa que ilustrava a presença da empresa em Minas Gerais, com unidades em seis regiões estratégicas: Barbacena, Caratinga, Contagem, Governador Valadares, Juiz de Fora e Uberlândia.

O Presidente da CeasaMinas, Carlos Magno Ribeiro Costa, destacou a relevância da participação da Ceasa na Superminas, afirmando: “A Ceasa representa para o setor supermercadista um elo fundamental para colocar alimentos de qualidade na mesa de toda a população. O supermercadista, responsável por cerca de 40% das compras realizadas na Ceasa, é um parceiro essencial. Essa

colaboração é importante para acompanharmos as inovações tecnológicas e as melhorias no setor, permitindo-nos oferecer um suporte ainda mais eficiente e atender melhor a população, contribuindo no combate à fome e garantindo que os alimentos cheguem a todas as mesas. Nosso objetivo é tornar o acesso ao alimento mais fácil e acessível para todos”.



## Mercado Central estreia na Superminas 2024

Em sua estreia na Superminas, o Mercado Central teve uma presença marcante na Feira, com um estande no espaço “Vem de Minas”. A parti-

ciação foi projetada para transmitir a rica essência do Mercado, refletindo a diversidade e a cultura de Minas Gerais. Através de alguns produtos típicos, o estande não apenas apresentou delícias locais, mas também destacou o valor do regionalismo mineiro, reforçando a identidade cultural da região.

Durante o evento, os visitantes tiveram a oportunidade de experimentar alguns dos itens mais tradicionais da culinária mineira, como queijo canastra, goiabada cascão e doce de leite cremoso.

Segundo Kiele Padilha, responsável pelos eventos do Mercado Central, a participação na Superminas foi uma oportunidade valiosa para se conectar com outros profissionais do setor e promover seus produtos e serviços, além de estabelecer novas parcerias.





**30**  
ANOS  
**TECNOPERFIL**  
Juntos, Seguimos  
**TRANSFORMANDO**

## Obrigado!

Estivemos na Superminas, fortalecendo parcerias e ampliando nossos horizontes! Foi uma oportunidade especial para apresentação das nossas soluções em porta-etiquetas, perfis de check-out e acessórios para prateleiras e gôndolas.

Com o mote "Transforme suas prateleiras e gôndolas em um show de organização e praticidade!", reafirmamos nosso compromisso com a qualidade, seriedade e inovação que nos destacam como uma das marcas referência no mercado.

Nosso estande foi cuidadosamente planejado para proporcionar uma experiência única aos visitantes, demonstrando nossa dedicação em atender às demandas de supermercados, farmácias, lojas de conveniência, atacados, varejistas e fabricantes de gôndolas.

Agradecemos a todos que visitaram nosso espaço e fortaleceram essa rede comercial e de relacionamento.

**Tecnoperfil 30 anos – juntos, seguimos transformando.**

**Entre em contato e transforme suas prateleiras e gôndolas em um show de organização e praticidade!**

☎ **47 3431.1200**

☎ **0800 643 4743**

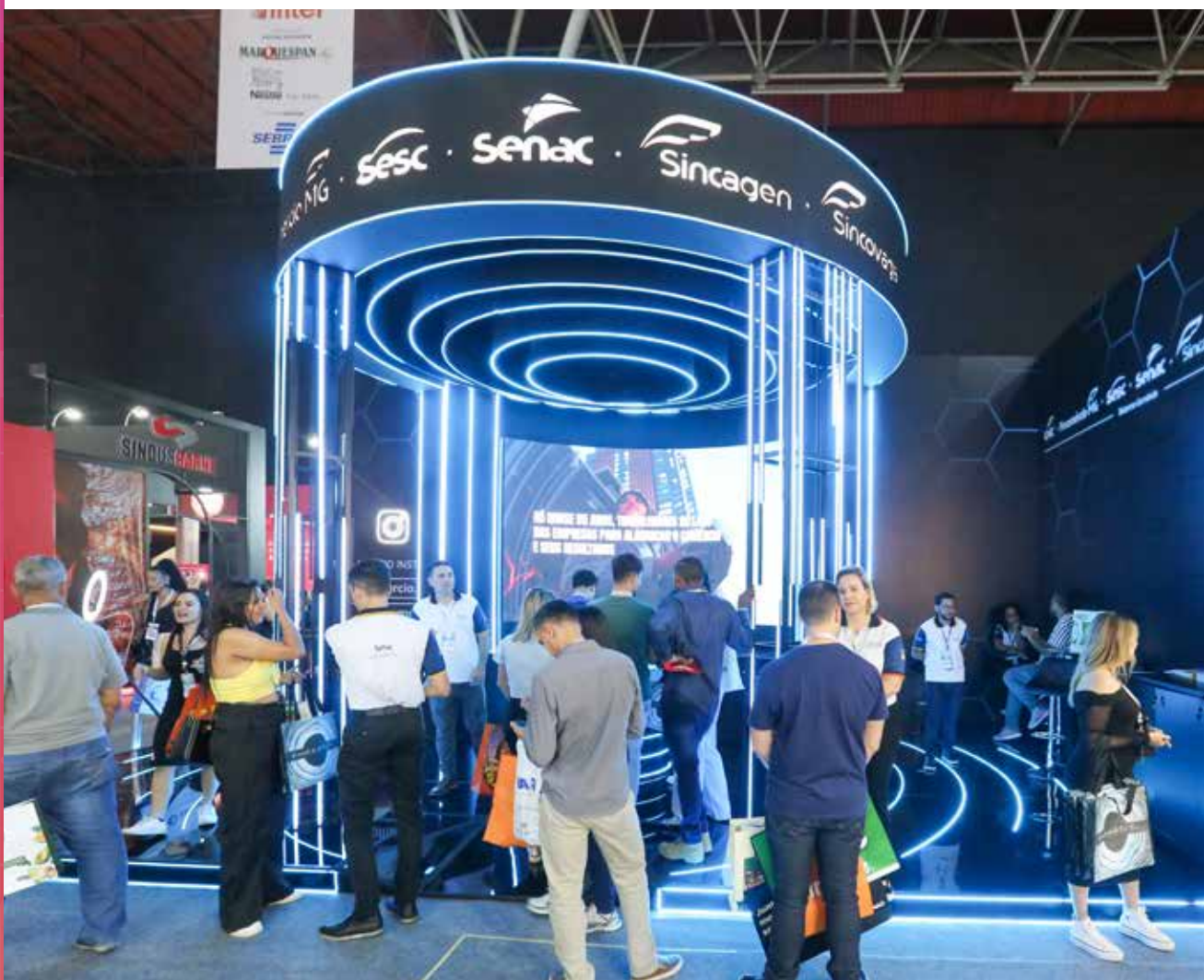
📧 **@tecnoperfil**

✉ **tele vendas.industriais@tecnoperfil.com.br**

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

**30**  
ANOS  
**TECNOPERFIL**





## Sistema Fecomércio reforça parceria com a AMIS

Formado pela Fecomércio, Serviço Social do Comércio (SESC), Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) e Confederação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)/Sindicatos Patronais, o Sistema Fecomércio levou para a Superminas um estande com todos os produtos e serviços que a instituição oferece para os associados, seus colaboradores e dependentes.

Para além da representação sindical das empresas de vários ramos da atividade comercial, a estrutura do Sistema Fecomércio tem uma extensa grade de cursos de formação e capacitação

profissional, por meio do Senac, com programas livres, técnicos, graduação e MBA, entre outros. O SESC mantém unidades em todo o país, com opções de lazer garantidas para as famílias. A instituição também apoia a prática do esporte e a cultura.

O vice-presidente da instituição, Júlio Gomes Ferreira, prestigiou a cerimônia de abertura da Superminas e destacou que trata-se do maior evento corporativo realizado em Minas Gerais. “A presença e o apoio da Fecomércio são importantes e obrigatórios. Toda a atividade comercial do Estado sai fortalecida pelo evento”, enfatizou.



# O LEGÍTIMO PÃO DE QUEIJO DE MINAS!

# tia Tânia

PÃO DE QUEIJO GOURMET

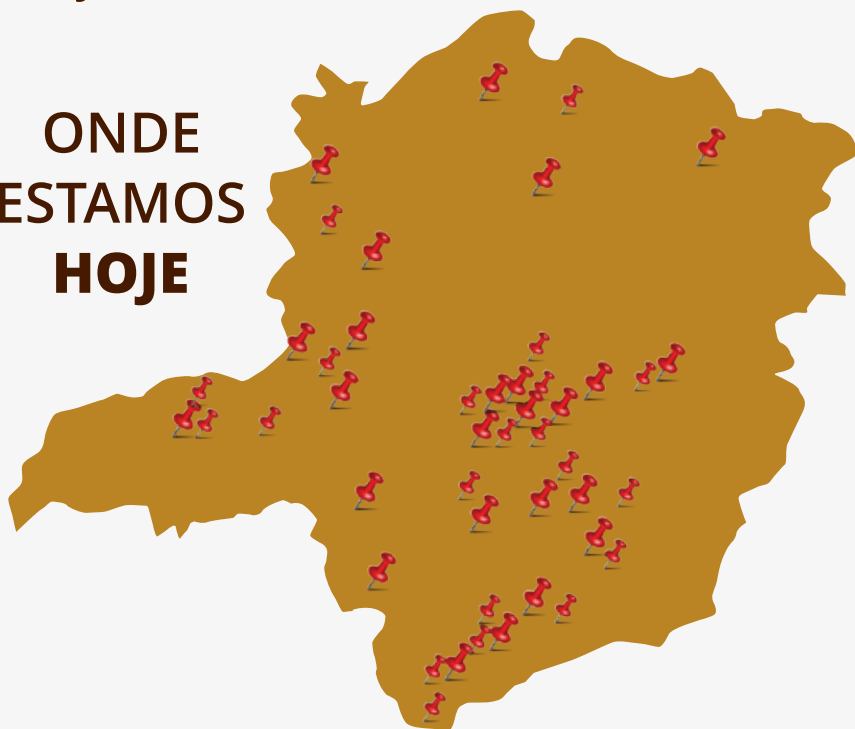


## SUPER MINAS

Food Show 2024

SEJA VOCÊ TAMBÉM, NOSSO **PARCEIRO!**

ONDE  
ESTAMOS  
HOJE



CONHEÇA NOSSA LINHA  
**COMPLETA DE PRODUTOS**

CLÁSSICOS



BISCOITOS



RECHEADOS





O Presidente da Tio Paco, Amistron Costa captura um dos cupons lançados a partir da urna pelo Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala

## Supermercado Peixoto e Filhos leva carro 0 km na Promoção "Acelere seu Negócio"

A promoção "Acelere seu negócio", realizada durante a 36ª Superminas, foi um sucesso, atraindo muitos participantes, que concorreram pela chance de ganhar um carro Kwid 0km.

Para participar, os compradores precisavam realizar negócios com os expositores durante a Feira. A cada compra realizada no valor de R\$ 5

mil, o participante recebia um canhoto de ordem de compra que podia ser trocado por cupons no stand da promoção. Os cupons eram depositados em uma urna, e então era só cruzar os dedos e contar com a sorte para concorrer ao prêmio!

O grande ganhador do Kwid foi o Supermercado Peixoto e Filhos Ltda., da cidade de Pará de Minas, que garantiu seu prêmio ao realizar negócios com a Cia. Canoinhas de Papel. O sorteio foi realizado ao final do terceiro dia do evento, no estande da promoção, localizado no pavilhão Gerais, onde se reuniram os participantes e visitantes ansiosos pelo resultado.

A cerimônia contou com a presença do Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala, que reforçou a importância de iniciativas como esta para impulsionar o mercado e incentivar os negócios durante a Feira. Também estiveram presentes a equipe da Tio Paco (patrocinadora da promoção), representada pelo presidente da empresa, Amistron Hylario da Costa, e os auditores da Pedrosa Consultores Associados, que garantiram a transparência e a lisura do sorteio.



Auditor da Pedrosa Consultores Associados confere a validade do cupom e anuncia nome do sorteado com o Kwid 0KM

# 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](http://www.tradimaq.com.br) |    /Tradimaq

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO:

**Yale**   
TECNOLOGIAS EM EMPILHADEIRAS

**Genie**   
A TEREX BRAND



# O PARABÉNS É NOSSO



**Patrocinadores e Apoiadores:** Nossa parceria é fundamental e é o que torna possível a realização de eventos grandiosos como a Superminas. Juntos, fazemos a diferença. Obrigado!

**Expositores:** Agradecemos pela parceria e contribuição com soluções inovadoras que movimentam o setor.

**Palestrantes:** Agradecemos por compartilhar seu conhecimento, experiências e visão de futuro com todos os participantes.

**Supermercadistas, panificadores, profissionais do setor e todos os participantes:** Sua presença é a alma do evento. Obrigado por fazer parte desse momento único!

**Autoridades e Imprensa:** Agradecemos a confiança e o apoio, tornando a Superminas um evento de relevância para o mercado e para a sociedade.

A todos, o nosso muito obrigado.  
Juntos, estamos impulsionando o futuro do setor!



PATROCÍNIO  
DIAMANTE E  
BANCO OFICIAL



PATROCÍNIO  
OFICIAL DIAMANTE  
E CRACHÁ:



PATROCÍNIO  
OFICIAL DIAMANTE  
E EVENTO FEMININO:



PATROCÍNIO  
OURO E AMIS  
JOVEN:



PATROCÍNIO  
SECRETARIA:



PATROCÍNIO  
PREMIOS  
E NEGÓCIOS:



PATROCÍNIO  
AMIS JOVEN:



PATROCÍNIO REUNIÃO/  
ALMOÇO DIRETORIA  
E AMIS JOVEN:



ambev



DANONE



Associação  
de Membros  
de Indústria

Sesc Senac  
CNC | Comércio MG  
Sindicatos Empresariais

PATROCÍNIO REUNIÃO/  
ALMOÇO DIRETORIA:



hapvida



PATROCÍNIO  
PALESTRA:



PATROCÍNIO  
EVENTO FEMININO



PATROCÍNIO  
ESTACIONAMENTO:



AGENCIA  
OFICIAL:

APOIO  
HOTEL:



APOIO LED:



FORNECEDOR  
OFICIAL DE INFLÁVEIS:



APOIO  
JANTAR VIP:



APOIO  
MONITORAMENTO:



APOIO  
DIGITAL:



APOIO MÍDIA:



VEÍCULO OFICIAL:



APOIO MASTER:



## 3CORAÇÕES AMPLIA SEU PORTFÓLIO



Uma das marcas de cafés mais vendidas do Brasil, a 3 Corações participou de mais uma Superminas. Na versão 2024 esteve presente com um grande estande em que apresentava seu amplo portfólio e as grandes novidades e lançamentos. Segundo Giovanni Gonçalves Pereira, gerente comercial da 3Corações, uma tendência do mercado é que as pessoas, cada vez mais, passem a consumir os cafés *gourmet*.

A 3Corações investirá ainda mais na linha de cafés especiais, como por exemplo na lançada recentemente Rituais Cafés Especiais 85+, apresentada em quatro notas sensoriais: chocolate, frutas vermelhas, frutas secas e exótico. Já a pontuação de 85+ conclui a excelente avaliação de todos os atributos: aroma, acidez, doçura, corpo, finalização e equilíbrio, conforme protocolo desenvolvido pela Specialty Coffee Association (SCA), que utiliza escala de 0 a 100. A linha também apresenta o inovador selo do Programa COFFEE VERIFIED®, que abraça a qualidade, a valorização e a rastreabilidade e verifica a conformidade nos âmbitos sociais, ambientais e de governança. “O mercado hoje é muito sedento desse tipo de novidade”, relatou o gerente comercial. Mas os planos da empresa não se restringem aos cafés *gourmet*. Entre os lançamentos estavam os capuccinos prontos e gelados.

## AVIVAR ALIMENTOS SEGUE INOVANDO COM SABOR E PRATICIDADE



Na Superminas Food Show 2024, a Avivar Alimentos apresentou seu amplo portfólio, oferecendo produtos temperados e de rápido preparo, trazendo ainda mais sabor e praticidade para o dia a dia do consumidor. Como exemplo, vimos de perto as opções da Linha Menu Parrilla e Frango no Balde, o Filé de Peito de Frango Desfiado e a Carne de Frango Defumada sabor Bacon, o primeiro “bacon de frango” do Brasil.

Para Diogo Costa, Diretor Comercial, de Marketing e P&D da Avivar, o mercado brasileiro de proteína animal é um dos maiores do mundo. “O consumo de carnes é um hábito consolidado no Brasil, o que gera uma expectativa de crescimento positiva em comparação aos anos anteriores”, explica ele.

Costa também destacou que a participação na Superminas é fundamental para fortalecer a marca, trazendo novos clientes e reforçando o alinhamento com os atuais. “Queremos, acima de tudo, entender e atender as demandas de nossos clientes para saber como podemos evoluir continuamente”, finaliza Costa.

A Avivar tem como principal objetivo continuar expandindo suas operações e seu catálogo de produtos, além de aprimorar o relacionamento com seus clientes, atendendo melhor suas necessidades e buscando melhorias contínuas em sua cadeia de valor.





## AYMORÉ COMEMORA 100 ANOS DE SUCESSO



Aymoré, a marca que é patrimônio de Minas Gerais, celebra seu centenário em 2024 e, para comemorar junto dos mineiros, apresentou na Superminas 2024 grandes lançamentos incluídos em seu portfólio ao longo do ano. Entre eles estão o “Aymoré Biscuit Sensações”, e o “Aymoré Ouro Crock”.

Além desses, Aymoré também apresentou sua estreia na linha de cookies com três sabores: baunilha com gotas sabor chocolate (também encontrado em formato lanche, de 20g), chocolate com gotas sabor chocolate e a grande inovação na linha e exclusiva do mercado de biscoitos no Brasil, o sabor Red Velvet com gotas sabor chocolate branco, sabor apreciado pelo público jovem e tendência de mercado.

Fechando as novidades do ano, a marca registra sua expansão em novos mercados que têm o DNA dos mineiros com a linha de geleias exclusiva, nos sabores morango, amora e goiabada, com 57% de fruta na composição e o Aymoré Doce de Leite, com sabor marcante produzido diretamente em fazendas mineiras – produto muito requisitado pelos consumidores

“A Aymoré é uma fortaleza e nós entendemos que há muita oportunidade em Minas Gerais para seguirmos explorando”, ressalta Marcelo Veloso, diretor de Vendas da Arcor. “Há 100 anos alimentamos e cuidamos do povo mineiro”.



## "VASCONCELOS" LANÇA ANA CASTELLA



A Vasconcelos, maior empresa de beneficiamento de arroz e feijão de Minas Gerais, marcou presença na Superminas 2024.

Assim como nos anos anteriores, o stand da empresa recebeu clientes e parceiros para uma boa prosa, com um tropeiro de respeito, acompanhado daquele chopp gelado e, depois, um café “Vasconcelos” quentinho.

Quem passou pelo espaço, acompanhou o lançamento da nova garota propaganda da empresa, a cantora Ana Castella, que em breve estampará as embalagens do Arroz Vasconcelos.

Gerentes, supervisores e representantes de Minas Gerais compareceram em peso para recepcionar os amigos varejistas.

Aliás, cultivar amizades é a especialidade da Vasconcelos, conforme ressaltou Dovair Marques, gerente comercial da empresa: “Para nós, a Superminas é um momento único. Nós prezamos muito por cada uma de nossas parcerias. Por isso, poder sentar-se e conversar com nossos clientes, fora do ambiente de negócios, é motivo de muita alegria”.

Para o próximo ano, a Vasconcelos pretende intensificar seus investimentos em marketing no estado, além de lançar novas embalagens e novos produtos.



## BEAGÔ PÃES DE ALHO GOURMET E DONA CARNE ALIMENTOS INOVAM NO SETOR DE PRODUTOS GOURMET



Pela segunda vez consecutiva, a Beagô Pães de Alho Gourmet e a Dona Carne Alimentos, empresas no mercado premium, marcaram presença na Superminas. Este ano, ambas as marcas inovaram e lançaram produtos.

Entre elas, destacam-se os novos sabores Cheddar e Bacon, além das linguiças de Costela Bovina e Toscana, que aliam o requinte e a sofisticação dos produtos Beagô à excelência da Dona Carne. Com embalagens de design moderno e sofisticado, os novos itens têm como proposta atender ao consumidor mais exigente, que busca o que há de melhor no mercado *gourmet*.

Flávia de Araújo Simões, diretora da Beagô Pães de Alho Gourmet, compartilhou o sucesso da parceria com a Dona Carne, ressaltando que, embora a Beagô seja uma marca jovem, ela é respaldada pela vasta experiência de 30 anos da Dona Carne no mercado de salsicharia. "A experiência de nosso parceiro, o empresário Maurício Jorge Simões, foi fundamental para o desenvolvimento de nossos produtos e para solidificar a nossa entrada no segmento de alta qualidade", afirmou Flávia.

## BEM BRASIL PARTICIPA COM NOVOS LANÇAMENTOS



A Bem Brasil, líder de vendas de batatas congeladas no País, participou, de 22 a 24 de outubro, da Superminas Food Show, segundo maior evento supermercadista do País e maior evento empresarial de Minas Gerais. A Feira foi realizada em Belo Horizonte, no Expominas, e reuniu mais de 60 mil pessoas e cerca de 600 expositores. No evento, a empresa marcou presença com um estande com produtos para degustação.

Quem passou por lá contou com o portfólio completo da marca, além dos seguintes lançamentos: Air Fry, Crispy e Canoa, além dos cortes especiais como crinkle, steakhouse e rústica. Alguns dos demais itens que estiveram à disposição: Batatas Carinhas, Anéis de Cebola, Polenta, Mini Hash Brown Temperado, entre outros.

A Superminas é uma grande oportunidade de desenvolvimento profissional para o varejo, especialmente nos segmentos de supermercados e de padarias. Das microempresas às multinacionais, diversas oportunidades e condições exclusivas de negócios podem ser feitas nos dias de feira. "É ótimo poder participar deste tipo de evento; ele nos permite estar mais perto de públicos que são muito importantes para o negócio da marca", diz João Ricardo Coleoni, Diretor Comercial da Bem Brasil.

A Bem Brasil Alimentos, indústria 100% brasileira de batatas pré-fritas congeladas, atua no mercado há 17 anos, sendo pioneira na atividade. A marca é líder de mercado no Brasil e em todas as regiões do país, segundo a Scanntech e Nielsen, e detém mais de 50% do *share* nacional no acumulado de 2023, conforme pesquisa Comex Stat.

## CAMIL ALIMENTOS LEVA PORTFÓLIO “TOP OF MIND” E CELEBRA 70 ANOS DA SANTA AMÁLIA NA SUPERMINAS 2024



Em um estande personalizado de 117m<sup>2</sup>, os empresários do setor supermercadista puderam conferir de perto as novidades das marcas Camil, Coqueiro, União e Mabel, além de celebrar os 70 anos de Santa Amália, líder em vendas de massas em Minas Gerais. A Camil Alimentos marcou presença pelo terceiro ano consecutivo na Superminas, destacando suas seis principais categorias de atuação – grãos, peixes enlatados, açúcar, café, massas e biscoitos – e reforça sua importância no mercado mineiro. Desde 2021, com a aquisição da fábrica da Santa Amália em Machado (MG) e, posteriormente, da unidade de Café União em Varginha (MG), o estado se tornou ainda mais estratégico para a expansão da empresa. Marcos Rezende, Diretor Regional Comercial da Camil Alimentos, informou que em relação à Santa Amália, o objetivo é seguir fortalecendo a presença da marca na cultura mineira. “Esse trabalho teve início na Superminas 2023, quando lançamos o arroz e o achocolatado Santa Amália, expandindo a atuação para duas novas categorias de alimentos”. Rezende comentou sobre o lançamento da nova linha União Café Gourmet. “A entrada em Minas Gerais é praticamente certa, uma vez que o Café União nas versões Tradicional e Extraforte já são produtos consolidados nos principais supermercados mineiros”. E sobre a Superminas destacou: “estamos muito satisfeitos em fazer parte de um evento que evidencia a força do setor supermercadista mineiro, especialmente pela oportunidade de estar ao lado dos dirigentes e associados da AMIS”.

## COCA-COLA FEMSA BRASIL APRESENTA AMPLO MIX, CHEIO DE NOVIDADES



A Coca-Cola FEMSA Brasil focou sua participação na Superminas 2024 na apresentação de seu amplo portfólio de produtos, cheio de novidades, inclusive na categoria de bebidas alcoólicas. Segundo o Diretor Comercial de Key Account, Guilherme Façanha, aumentar o portfólio de bebidas alcoólicas é um propósito cada vez mais forte dentro da empresa. No ano anterior, o lançamento de um drink misto de Coca-Cola e Jack Daniel's, a Jack&Coke, chamou muita a atenção. Este ano, novo sucesso junto ao público do megaevento, com uma ampla opção de destilados e cervejas e uma nova categoria de drinks prontos, a *Schweppes Mixed*, uma combinação entre o já popular refrigerante Schweppes com novas receitas alcoólicas, em quatro sabores diferentes: Gin Tônica, Spritz, Vodka Citrus e Gin Tônica Pink. A novidade já tinha entrado no time de patrocinadores do Rock In Rio 2024 e promete conquistar ainda mais espaço no mercado. Além dos drinks de destilados, a empresa apresentou a vitória recente da cerveja Therezópolis em uma das maiores premiações de cervejas do mundo, a World Beer Awards. O rótulo ganhou ouro na categoria de cervejas *lagers*. Para além das bebidas alcoólicas, a empresa também apresentou lançamentos nos seus consolidados rótulos de refrigerantes Fanta e Coca-Cola Sem Açúcar, como o Fanta Beatlejuice e Coca-Cola Oreo Sem Açúcar, ambos disponíveis por tempo limitado. Além do energético Monster, que lançou um novo sabor: Peachy Keen, que se junta à família Monster Ultra Zero.

## COPRA: VERÃO FAVORECE BEBIDAS NATURAIS E NUTRITIVAS



A busca por uma alimentação saudável cresce no Brasil e impulsiona o consumo de bebidas naturais, como a água de coco, que se destaca como alternativa refrescante e nutritiva para o verão.

A chegada do verão promete intensificar uma tendência já observada nos últimos anos: o aumento do consumo de bebidas não alcoólicas e a substituição de refrigerantes e sucos industrializados por alternativas mais saudáveis.

A COPRA Alimentos, que esteve presente na Superminas 2024, empresa nacional na produção de óleo de coco extravirgem no Brasil, apresenta como grande diferencial sua água da polpa do coco, uma inovação que traz um sabor único e preserva ainda mais os nutrientes da fruta. “A água da polpa do coco é uma excelente opção para quem busca hidratação e saudabilidade. Nosso produto é produzido com um rigoroso controle de qualidade e atende à demanda crescente por bebidas naturais e sem adição de conservantes”, afirma Hécio Oliveira, presidente da Copra.

Outra opção, e o lançamento deste ano da Copra, é a versão da água de coco integral, feita com 100% de coco verde e que não possui ingredientes artificiais e nem açúcar. Rica em vitamina C, o produto chega aos consumidores na embalagem de um litro.

## CROQUES CELEBRA CONQUISTAS DE 2024 E SE PREPARA PARA UM NOVO CICLO DE CRESCIMENTO



A Croques Alimentos, empresa de São João del-Rei (MG), trouxe para a Superminas 2024 um toque especial de sua cidade natal, ressaltando o orgulho de suas origens, enquanto avança para um futuro de grandes transformações. Amanda, diretora da empresa, compartilha que o ano de 2024 foi de grandes conquistas e que, em 2025, a Croques inaugurará uma nova unidade em Coronel Xavier Chaves, também no interior de Minas Gerais.

Com a nova unidade, a Croques aumentará sua capacidade produtiva em quatro vezes, o que traz entusiasmo e expectativas para a equipe. “Lá, vamos ter uma capacidade produtiva maior, quatro vezes mais do que atualmente”, afirma Amanda.

O megaevento da AMIS também marcou o lançamento de um novo produto: a pururuca. Primeiro item do catálogo da Croques fora da linha de batatas, a novidade destaca-se por ser uma categoria muito apreciada no estado e vem acompanhada do padrão de qualidade que é marca registrada da Croques.

Após a Superminas, a equipe da Croques se sente otimista com a aproximação da marca aos supermercadistas. “Conseguimos ter uma agenda bem completa com os clientes. Então, estamos bem confiantes de que conseguiremos alimentar todo o varejo”, ressalta Amanda. Acompanhe a Croques e fique por dentro das novidades pelo site: [www.croques.com.br](http://www.croques.com.br)



## DACOLÔNIA ALIMENTOS AMPLIA PORTFÓLIO COM NOVIDADES EM PRODUTOS NATURAIS



A Dacolônia levou à Superminas 2024 suas mais recentes novidades incríveis de barras proteicas, a ampliação do mix, além da linha de saudáveis como o biscoito de arroz zero açúcar coberto com chocolate. A marca, que já existe há mais de 60 anos, conta com um vasto portfólio de produtos naturais que fazem muito sucesso no mercado e que já estão no dia a dia dos consumidores.

O gerente de Trade Marketing da empresa, André Aguiar, diz que nesta edição da Superminas, uma das preocupações da marca foi a revitalização do stand para um visual mais moderno, visando um aspecto mais acolhedor para os clientes. “Queremos que o nosso cliente parceiro se sinta engajado nesse nosso ambiente de marca”, disse Aguiar. A Dacolônia espera que, no próximo ano, a marca se aproxime ainda mais do mercado mineiro, e que seja cada vez mais inserida no cotidiano desse público com seus produtos inovadores e saudáveis e de qualidade, produtos que têm uma história por trás de receitas de família.

Nesta edição da feira, o resultado foi muito bom. Segundo Aguiar, isso está acontecendo gradativamente e que, logo o objetivo será atingido, pois a empresa está traba-

lhando com afincamento nas suas inovações e aposta em grandes oportunidades entre os supermercadistas mineiros.

## FRIBOI FORTALECE AINDA MAIS SUA PRESENÇA EM MINAS



A Friboi participou da Superminas 2024 e fortaleceu ainda mais o relacionamento com seus parceiros de negócios e apresentou novidades do portfólio, destacando sempre as linhas de produtos para todas as ocasiões. Além disso, buscou estar próxima do público mineiro e entender melhor suas necessidades e preferências. Entre as novidades, trouxe lançamentos, como a nova Linguíça de **Costela Maturatta 100% bovina**, desenvolvida para oferecer uma experiência completa para os amantes de churrasco. O produto se junta ao portfólio que inclui uma variedade de cortes especiais, além de hambúrgueres de costela, picanha e fraldinha. Os visitantes puderam degustar e conhecer mais sobre o produto no estande, que contou com uma equipe preparada para tirar dúvidas e apresentar as novidades do portfólio. A interação com os clientes foi muito positiva, com degustações e demonstrações que proporcionaram uma experiência sensorial completa, reforçando a qualidade dos produtos e estreitando o relacionamento. O mercado mineiro é de grande importância para a Friboi, sendo um dos principais consumidores de carne bovina no país. Os supermercados mineiros desempenham um papel essencial na estratégia de distribuição, pois são uma ponte direta para o consumidor final. A parceria é fundamental para garantir que os produtos cheguem com qualidade aos lares mineiros, atendendo às preferências regionais.



## GEMA DE MINAS: 11 LANÇAMENTOS E MUITA INOVAÇÃO



O Gema de Minas apresentou, na Superminas 11 produtos novos, entre eles seis sabores de chás. Além desses produtos, outros que já fazem sucesso vieram para o megaevento, como o Doce de Leite de 400 gramas, o Mel Silvestre e o Mel de Aroeira. Um dos seus grandes lançamentos foi as misturas para bolo com quatro deliciosos sabores: coco, laranja, chocolate e baunilha.

Há seis anos, o Gema de Minas expõe na Superminas e, a cada ano, traz muita inovação tanto em produtos quanto para trabalho em pontos de vendas. Ivan Caldeira Filho, diretor comercial do Gema de Minas Alimentos, destaca que, este ano foi de grande importância para a expansão da marca no setor de distribuição por meio da distribuidora Gema do Brasil, que também pertence ao grupo Gema de Minas.

“Fechamos várias parcerias com grandes empresas nacionais para distribuir onde o Gema de Minas e o Gema do Brasil atendem”, pontua o diretor.

A marca prospectou vários clientes novos e fechou inúmeras negociações com alguns clientes que já trabalham com o Gema de Minas. Ivan comenta que a perspectiva é de muito trabalho pela frente pois registrou um crescimento de 30% no mês devido à Superminas 2024.

## GESTÃO ENGENHARIA BATE RECORDE EM NEGÓCIOS FECHADOS DURANTE A SUPERMINAS 2024



Com 14 anos de mercado, a Gestão Engenharia é especializada em soluções completas para revitalização e recuperação de telhados de plantas supermercadistas, industriais e de armazenamento. Pela terceira vez na Superminas 2024, a construtora apresentou os trabalhos realizados durante o ano – cerca de 80 mil metros quadrados entregues – e fechou o maior evento corporativo do Estado com 40 mil metros quadrados em obras já contratadas. Os projetos têm 10 anos de garantia.

Segundo o engenheiro civil e CEO da Gestão Engenharia, Gustavo Percope Orlando, o retorno da participação na Superminas foi bastante positivo. “Da primeira vez fechamos 2 contratos. No segundo ano foram 4 e neste foram 12. Batemos o recorde! Os clientes tiveram condições especiais para fechar durante a feira e isso facilitou muito. Fizemos um estande grande e bem posicionado para mostrar os telhados que fizemos ao longo do ano, para receber clientes já consolidados e também os novos, que foram conhecer as nossas soluções”, celebra.

Ele destacou, ainda, o potencial da parceria que a Gestão Engenharia tem com a AMIS, tanto na Revista Gôndola, nos eventos estaduais e também na Superminas. “Muitas pessoas vieram até o estande para nos conhecer e para saber mais sobre os nossos

serviços”, conclui o empresário.



## GUARANÁ MINEIRO EXPANDE A MARCA NA RMBH



O Guarana Mineiro deu início às suas atividades na Região Metropolitana em 2023 e já tem chamado bastante atenção com suas águas minerais e, claro, o tão famoso guaraná. Porém, agora, a empresa de Uberlândia pretende expandir os produtos disponíveis no mercado da Região Metropolitana de Belo Horizonte e todas as regiões de Minas Gerais.

Essa foi sua segunda participação na Superminas e a empresa de bebidas aproveitou para exibir produtos que já são populares em várias regiões do estado, como, por exemplo, o refrigerante Zap Cola, e as tônicas com e sem açúcar. A ideia é fazer com que o interesse pela marca cresça e atraia cada vez mais supermercadistas de toda a Minas Gerais.

Segundo Paulo Alcino, head comercial da marca, a empresa pretende continuar firme em seu propósito de crescimento na RMBH e a Superminas tem sido crucial para que isso aconteça. Tanto em 2023, como em 2024, contribuiu para um contato interpessoal, e para que os clientes provassem seus produtos.

“Nosso objetivo é fortalecer a marca, fazer com que as pessoas conheçam o Guarana Mineiro e sua força. Então esse será o foco da marca em 2025”, reforça Alcino.

## IGARAPÉ APRESENTA SEU NOVO PORTFÓLIO PARA 2025



A Igarapé, referência em produção e distribuição de água mineral, mostrou na Superminas 2024 seu portfólio para 2025. O destaque focou na linha Tropical Refrigerantes, que passou por um reposicionamento estratégico no grupo e na marca, evidenciando o compromisso da empresa com evolução contínua e qualidade.

A novidade na linha de refrigerantes se destaca não apenas pelo design, mas também pela formulação diferenciada: cada refrigerante é feito com água mineral, possui baixo teor de açúcar e uma maior concentração de frutas, resultando em um produto mais leve e com sabor autêntico. Os sabores contam com a versão de 2 litros, além do lançamento das opções de citrus e abacaxi com 1 litro e 500 ml, que surpreende com seu

mix exclusivo de frutas. A linha ainda conta com o HHO de 500 ml, uma opção com sabor limão, zero açúcar, pensada para atender as preferências por bebidas leves e saudáveis.

A empresa também investiu em novos segmentos, um exemplo disso, é o lançamento do gelo da marca, o Igarapé Ice, oferecido nas versões em cubos com embalagem de 4 Kg e na versão em escamas de 10 Kg.

Com a modernização da unidade fabril, a Igarapé deu mais um passo para expandir sua capacidade de produção e consolidar sua liderança no mercado. Com mais de 30 anos de experiência no mercado, a Igarapé tem se destacado pela capacidade de se reinventar e atender às expectativas de seus consumidores e recebendo reconhecimento, conquistando o *Troféu Gente Nossa 2024*, que a posicionou entre os três melhores fornecedores de água mineral em Minas Gerais.

## MACROMAQ ESTREIA E MOSTRA AMPLO PORTFÓLIO



A empresa de movimentação e logística Macromaq fez sua estreia na Superminas 2024. A marca, de Santa Catarina, chegou recentemente a Minas Gerais e é uma novidade no segmento mineiro. A equipe tem grandes expectativas no estado. A empresa tem 46 anos de mercado e espera que os supermercadistas conheçam cada vez mais a praticidade e a grande qualidade de seus equipamentos.

No estande da Macromaq havia uma grande quantidade de equipamentos, como empilhadeiras e plataformas elevatórias Hangcha. As máquinas do amplo portfólio da companhia contam com baterias de íon-lítium que possuem o dobro da voltagem de outras marcas, além de serem mais econômicas e sustentáveis. Para Fabiano Olseski, gestor comercial da Macromaq, crescer em Minas Gerais é um propósito importante dentro da empresa, já que o segmento é algo muito forte no estado, contando com grandes supermercadistas.

A Superminas foi uma especial oportunidade de fazer com que esses empresários do setor conhecessem a marca e percebessem seu valor. “A Macromaq quer fixar sua bandeira aqui em Minas, e se tornar uma cidadã mineira”, afirma o gestor. “Estamos sendo muito bem recebidos, esperamos que isso possa fortalecer os laços da nossa empresa”, afirma Olseski.

## MARQUESPAN, A MAIOR FABRICANTE DE PÃES CONGELADOS DO BRASIL E DO MUNDO



Em 2024, a Marquespan consolidou-se ainda mais como a maior fabricante de pães congelados do Brasil e do mundo, destacando-se pela inovação e excelência no setor. Atuando em Minas Gerais desde 2017, a Marquespan rapidamente assumiu a liderança no estado, tornando-se referência em pão francês de qualidade e variedade de produtos. Em maio deste ano, a Marquespan adquiriu a Trigo Arte, uma empresa mineira de pães congelados também reconhecida pela autêntica receita do pão de queijo mineiro. Essa aquisição reforça o compromisso da Marquespan em valorizar as tradições locais, ao mesmo tempo em que eleva a experiência de seus clientes. Com essa integração, a marca passa a oferecer aos clientes da antiga Trigo Arte não só o clássico pão de queijo, mas também a reconhecida receita do pão francês Marquespan – amplamente aclamado como o melhor do país.

Além disso, oferecemos aos nossos clientes uma série de inovações, mantendo nosso compromisso com um atendimento diferenciado voltado ao setor supermercadista. Contamos com logística própria e todos os produtos são embalados em caixas de papelão, garantindo conformidade com os elevados padrões de sustentabilidade e qualidade da Marquespan.

A união entre Marquespan e Trigo Arte representa a combinação perfeita de tradição, qualidade e inovação para oferecer aos nossos clientes o melhor em pães congelados.



## MELBRÁS AGORA TAMBÉM É MEL BRASIL



A Melbras, uma das maiores indústrias de mel do Brasil, marcou presença, pelo terceiro ano consecutivo, na Superminas 2024, com o lançamento da *linha Mel Brasil*, que aposta em produtos *premium* voltados para consumidores exigentes.

“A *linha Mel Brasil* oferece méis monoflorais, apreciados por suas notas sensoriais únicas, provenientes de cada flor”, explica Gustavo Delfim, sócio-fundador da Melbras. “Nosso objetivo é levar ao público brasileiro méis que antes eram exportados exclusivamente para consumidores europeus e norte-americanos, ampliando o acesso a produtos de altíssima qualidade”.

A *linha Mel Brasil* é composta por cinco variedades monoflorais: Flores de Laranja, Flores de Eucalipto, Flores de Aroeira, Silvestre e Silvestre Orgânico. Cada produto busca destacar o melhor da flora brasileira, tornando-se uma opção sofisticada para o mercado nacional.

A nova linha vem com uma identidade visual repaginada e com forte apelo nacional. “Realizamos pesquisas com consumidores e identificamos que a transparência das embalagens era essencial para demonstrar a pureza do mel. Elas possuem tampas amarelas, que destacam o brilho do mel. “Nosso objetivo é oferecer mel de qualidade em uma embalagem atraente e que se destaque no ponto de venda”.



## MERCÊS PÃO DE QUEIJO FAZ SUCESSO NA SUPERMINAS 2024



Um dos destaques da feira de negócios da Superminas deste ano, a Mercês Pão de Queijo, empresa de pães de queijo congelados, focou suas energias em apresentar seus produtos para o público da RMBH. A empresa está instalada na cidade de Mercês, na Zona da Mata mineira, e já conta com um público fiel no interior, em outros estados e até trabalha com exportação.

Agora, a equipe está confiante de que pode conquistar os consumidores da capital mineira e região. Para Kelly Monteiro, gestora-geral da Mercês Pão de Queijo, o mineiro entende como ninguém a sua maior iguaria. “O bom mineiro é entendedor de pão de queijo. E o nosso produto é artesanal”.

A Mercês Pão de Queijo marcou sua chegada à Superminas 2024 com o lançamento do pão de queijo com recheio de goiabada, juntando duas iguarias típicas de Minas Gerais. Para além do lançamento, a empresa expôs sua linha premium, formada por pães de queijo escaldados com alto percentual de queijo parmesão e queijo minas.

Kelly comemorou na Superminas o bom ano de crescimento que a empresa alcançou, e já tem planos para continuar expandindo a marca, que tem presença em todo o Sudeste brasileiro e, em novembro, abrirá uma unidade em Miami. Mas Kelly garante que

Minas sempre será a casa da Mercês Pão de Queijo. “Nossa intenção é realmente trazer para o mercado um produto de qualidade, 100% mineiro”, ressalta.



## SUPRA: A NOVA MARCA DA AMAPÁ



O foco da participação da Amapá Instalações e Armazenagem na Superminas foi o fortalecimento da nova marca, assim como reforçar o posicionamento de compromisso com os clientes varejistas.

A empresa da cidade de Cláudio, município do Centro-Oeste de Minas Gerais, pretende seguir o sucesso que foi o lançamento de sua marca *Supra* e continuar sempre apresentando suas diversas soluções para o supermercadista. Outra intenção da marca foi mostrar seu novo lançamento, o *Mini Atacarejo*, que atende a comércios médios. À semelhança do Atacarejo, ele possibilita unir exposição e armazenagem em uma mesma estrutura, o que otimiza o uso do espaço.

Alfredo Lage, CEO da Amapá, diz que o segmento tem tido um ano agitado, e a crescente no setor supermercadista contribui bastante para o crescimento da empresa. "Temos pedidos de carrinhos até julho do próximo ano, e continuamos a investir na estruturação de nossa fábrica para atender cada vez melhor nossos clientes com esse produto e outras soluções", destaca.

No próximo ano a empresa pretende reinaugurar uma planta exclusiva para a produção de carrinhos. A empresa tem significativa participação no mercado nacional e estão começando a atuar no mercado internacional.

## MUTUMILK COMEMORA 20 ANOS COM MUITAS NOVIDADES



O principal destaque da **Mutumilk** na Superminas 2024 foi a comemoração do aniversário de 20 anos e também apresentando para o mercado a nossa indústria e os processos industriais automatizados, mostrando a estrutura e o potencial de atendimento com maior qualidade e controles!

A Superminas proporcionou à **Mutumilk** momentos importantes de estar com o *trade* mineiro, com clientes e também nos apresentarmos e captar novos clientes. Esperamos poder acelerar os negócios com nossos clientes atuais, em mais uma demonstração de capacidade e segurança para o mercado de que estamos evoluindo e que estamos preparados, cada dia mais, para sermos fortes parceiros de laticínios para o *trade*.

### 2025

Para 2025, teremos indústria nova inaugurando, nova logo, marca atualizada e comunicando melhor por meio de novas embalagens, que vão apresentar nossos novos produtos para o mercado. Queremos agradecer aos nossos clientes, que até aqui nos deram oportunidade e confiaram em nosso negócio e nos deram a oportunidade de participar de mais uma edição da Superminas.

## FRITZ & FRIDA FAZ ESTREIA COM VÁRIOS LANÇAMENTOS



Pela primeira vez no segundo maior evento supermercadista do país, a Superminas, a Fritz & Frida se apresentou para o mercado mineiro. A fabricante gaúcha de alimentos chegou recentemente ao estado, em 2022, e já conquistou os mineiros. Tiago Bandeira, gerente de vendas, diz que a equipe se sentiu acolhida e animada com a entrada da empresa no megaevento. “Fomos muito bem recebidos aqui, da mesma forma que se forem para o Rio Grande do Sul, vamos fazer o mesmo”, diz Tiago.

Para esse ano, a Fritz & Frida aproveitou para expor seus lançamentos: o creme de avelã, a batata chips e as frutas secas. A Fritz & Frida é líder de mercado no Rio Grande do Sul, o que lhe dá muita confiança no crescimento da marca em Minas. A Superminas é fundamental para que os supermercadistas mineiros conheçam a marca Fritz e Frida e sua grande qualidade.

Bandeira explica que a marca estuda com cautela as tendências de mercado e sempre preza pela qualidade. A marca conta com mais de 300 itens no portfólio, oferecendo um mix completo para os clientes, como arroz, feijão, massas, cafés, doces, biscoitos, milho para pipoca e muito mais. “Nosso slogan é: alimente sua vida com qualidade. Nós chegamos aqui com essa missão”, ressalta.

## PERFA ALIMENTOS: PROXIMIDADE DO CLIENTE, CONEXÕES E PRODUTOS QUE FAZEM A DIFERENÇA



A Superminas é uma grande oportunidade para nós, da Perfa Alimentos, estarmos mais próximos de clientes, parceiros e fornecedores, fortalecendo nossas conexões e levando nossas novidades diretamente ao mercado. Esse evento é essencial para trocarmos experiências e entender de perto as necessidades e expectativas de quem consome e distribui nossos produtos.

Este ano, temos o orgulho de apresentar a *Liga Perfa*, que se une a duas linhas exclusivas: *Love Eggs*, ovos com um cuidado especial, garantindo o respeito aos animais e a alta qualidade que você merece, e *Eggs Team*, uma linha de ovos tipo extra, ideal para

quem segue uma rotina *fitness* e equilibrada. Com essas novas linhas, buscamos atender às diferentes necessidades dos consumidores, oferecendo praticidade e sabor na mesa de milhares de famílias.

Para nós, a Superminas é também uma oportunidade para reforçar alianças. Trabalhar junto aos nossos fornecedores é o que nos permite crescer e continuar entregando produtos que fazem a diferença na rotina dos consumidores. Construir essas parcerias na Superminas reforça para nós como o trabalho em equipe é fundamental para atender com qualidade e inovação.

É sempre uma satisfação participar deste evento e ver o quanto ele contribui para o desenvolvimento do setor. Em nome da equipe da Perfa, agradecemos a presença e o apoio de cada um que passou pelo nosso stand. Estamos sempre prontos para crescer juntos e levar novidades para o mercado.

Até a próxima!

## PINTEPOXI FORTALECE SEU POSICIONAMENTO



A Pintepoxi, empresa metalúrgica de Ribeirão das Neves (MG), se destacou na Superminas 2024 com sua participação marcante. Especializada na produção de estruturas metálicas para otimização de espaço e armazenagem de produtos, a Pintepoxi conquistou ainda mais visibilidade no setor, consolidando seu relacionamento com clientes e atraindo novos parceiros.

Gustavo Lopes, diretor-executivo da Pintepoxi, destaca que seus produtos oferecem excelente relação custo-benefício. A durabilidade e a alta qualidade das estruturas não só garantem maior eficiência, mas também ajudam supermercadistas a economizar em manutenção e reposição de equipamentos. "Nosso atendimento pós-venda é um dos nossos maiores diferenciais. Com a Pintepoxi, nossos clientes não têm dor de cabeça", afirma Gustavo.

O ano de 2024 tem sido extremamente produtivo para a empresa, com diversos clientes entrando em contato para fechar grandes projetos. "Estamos confiantes para 2025! A Superminas tem sido uma oportunidade de nos aproximarmos ainda mais dos nossos clientes, compreendendo suas necessidades e expectativas", celebra Gustavo Lopes. A Pintepoxi já atende grandes varejistas em Minas Gerais e espera que o evento potencialize ainda mais sua expansão.

## MÁQUINA DE VENDAS GULOZITOS BRILHOU NA SUPERMINAS 2024



A Gulozitos, tradicional marca mineira de *snacks*, bateu recordes na Superminas 2024 com seu estande interativo e moderno, trazendo o conceito de "Máquina de Vendas". Esse tema reforça a estratégia comercial da empresa, que aposta em um mix diversificado e altamente rentável para os supermercadistas, destacando a capacidade dos produtos de gerar valor e rentabilidade.

Entre as novidades apresentadas, a Gulozitos lançou o "Gulão do Enaldinho", fruto de uma parceria com o *youtuber* mais influente no target infantil. O produto faz parte da estratégia de conexão com a Geração Alpha — crianças de 6 a 12 anos, que já cresceram imersas em tecnologias avançadas e buscam experiências interativas. "Queremos construir uma relação forte com esse público que já nasce conectado, trazendo inovação e interatividade em cada produto", afirma Thiago Laceda, Head de Marketing da Gulozitos.

A Gulozitos também lançou a marca "Céu & Terra", de produtos saudáveis, que inclui chips de vegetais e Banana Fit Zero. Com o slogan "Saboreie a Vida", essa linha atende consumidores que buscam opções mais nutritivas e equilibradas para compor sua alimentação diária.

Com presença em 22 estados do Brasil e uma expansão internacional crescente, a Gulozitos reafirma seu compromisso com Minas Gerais, onde a marca nasceu e é querida pelos consumidores. "A Gulozitos é uma marca que está no coração do povo mineiro", destacou José Fernandes da Costa, presidente da Gulozitos.

## POENATELA TRAZ SOLUÇÕES DE MARKETPLACE DE CRÉDITO



O poenatela, um marketplace de crédito, se apresentou na Superminas 2024 com entusiasmo e grande vontade de mostrar seus serviços para os supermercadistas, além de fortalecer as parcerias com os que já são clientes.

A empresa atua juntos aos supermercadistas e indústrias de todos os segmentos, apresentando soluções de crédito, tanto em antecipação de recebíveis como operações estruturadas e, também, de risco sacado, viabilizando novos negócios e oxigenando o fluxo de caixa.

O serviço facilita o acesso ao crédito para médias e grandes empresas. Para o CEO e fundador do poenatela, Eônio Júnior, a Superminas deu a oportunidade para que o assunto "crédito" fosse uma pauta importante na edição, e também deu visibilidade ao poenatela junto aos supermercadistas. A empresa oferece um serviço completo de crédito, garantindo a satisfação de seus clientes.

O CEO do poenatela afirma que, graças à Superminas, conseguiu fechar novos negócios com empresas interessadas em facilitar acesso ao crédito, já está colhendo os frutos de seu estande na SuperMinas 2024, e vê grande potencial do poenatela se tornar ainda mais conhecido por suas grandes soluções de crédito.

***"Sabemos a importância das boas parcerias para que os bons negócios cresçam e é exatamente esse propósito do poenatela"***

***"Juntos seremos sempre mais fortes!"***

*Eônio Júnior(CEO poenatela)*

## BIMBO: NUTRIR UM MUNDO MELHOR



Temos um carinho especial pelo público mineiro, que é muito fiel às nossas marcas e produtos. Parte da nossa estratégia é buscar oportunidades de aproximação com nossos consumidores e, para isso, precisamos sair do discurso e atuar no dia a dia das pessoas. Fazemos isso por meio de eventos que criem uma identificação maior com a nossa companhia e nossas marcas. Afinal, queremos estar onde o nosso consumidor está, não só com a qualidade dos nossos produtos, mas com experiências.

Nosso objetivo é fortalecer ainda mais nossa presença em Minas Gerais, e acreditamos que a Superminas é o caminho ideal para fazer isso acontecer. "Somos uma empresa que carrega o DNA da inovação em nossas marcas, sempre atentas às necessidades e desejos dos consumidores", afirma Patrick Medeiros, vice-presidente de Vendas da Bimbo Brasil.

Neste ano, tivemos o prazer de apresentar as novidades da marca "Ana Maria", que agora oferece os sabores Banoffee e Triplo Chocolate. Além disso, contamos com a linha completa das marcas Pullman, Nutrella, Rap10, Artesano e Takis, recém-chegada ao Brasil. Estamos felizes com as conquistas de 2024 e com expectativas muito positivas para o próximo ano, incluindo novidades de produtos.

Seguimos focados em atender nosso consumidor da melhor maneira, inovando e sempre trazendo produtos nutritivos e deliciosos para as mesas das famílias mineiras. Essa é nossa expertise e diferencial: nutrir um mundo melhor.

## MINIPREÇO AMPLIA SUA REDE DE ASSOCIADOS NA SUPERMINAS 2024



A Rede Minipreço participou pela 5ª vez da Superminas. Na edição de 2024, o intuito foi trazer soluções para os supermercadistas, gerar novos parceiros e melhores oportunidades para o setor. A rede está à frente no negócio de associativismo e já conta com mais de 200 associados em várias regiões do Estado de Minas Gerais como Zona da Mata, Campos das Vertentes, Vale do Rio Doce, BH e Região Metropolitana, Vertentes Sul, Norte de Minas e Leste de Minas, em mais de 140 municípios, e pretende chegar a outros pontos.



Segundo Elir Martins de Souza, gestor da Rede Minipreço, a participação na Superminas foi bastante positiva, pois trouxe muitas oportunidades de novos negócios para a empresa. Para ele, a perspectiva é de um crescimento acima de 20% para o próximo ano.

O gestor ressalta que toda a equipe da Minipreço presente aproveita para colher o máximo de informações durante o megaevento tanto de fornecedores quanto de associados para melhorar e continuar crescendo no setor. A presença da rede, na Superminas, ajuda a trazer soluções práticas aos associados. “É um trabalho fantástico da nossa equipe que é digno de muito elogio”, ressalta Elir.

## REMATEC INOVA COM ESTANDE INTERATIVO, REPLETO DE SOLUÇÕES PARA O VAREJO



Pensando em mostrar na prática como a tecnologia é uma forte aliada do setor supermercadista, a Rematec, empresa especialista em tecnologia para varejo, realizou em seu estande da feira Superminas uma imersão chamada “Solução 360° para varejo”. Montando um mini-mercado em seu estande, a empresa de tecnologia e soluções para varejo apresentou seus produtos aos visitantes, demonstrando como eles fazem a diferença no dia a dia do varejista.

Alguns dos destaques foram a linha de balanças Metter Toledo, que é líder mundial em sistemas de pesagem, e também novidades de inovação, como as balanças Digi

SM-6000, focadas em hortifrúti, que contam com tecnologia de detecção de movimento, que deixa a pesagem mais prática. Apresentaram também os carrinhos inteligentes com câmeras de IA, equipamentos de etiquetagem e de refrigeração, além de soluções em expositores de madeira dos mais modernos. Cada detalhe do estande foi pensado para criar um ambiente acolhedor e moderno, para que os varejistas tivessem uma experiência agregadora e de confiança na tecnologia apresentada. “Nosso diferencial é a capacidade de entregar uma solução completa, que engloba produtos de alta qualidade e suporte técnico especializado”, pontua Bruno Coelho, Diretor da Rematec.

Ele reafirma o compromisso da empresa em solucionar os problemas de seus clientes, e na Superminas 2024 ele e Alessandra Coelho, também Diretora da Rematec, conseguiram obter feedbacks de seus clientes e pretendem usá-los para trazer ainda mais inovação ao setor varejista

## SAUDALI: DE PONTE NOVA PARA O MUNDO!



A Saudali, indústria suinícola de grande peso no mercado, já participa há muitos anos da Superminas. Neste ano, a marca mostrou sua linha Festa, que conta com carnes temperadas como o lombo, pernil e tender, muito consumidas nas festas tradicionais de final de ano. Além disso, a marca apresentou sua linha Apreciatta, que consiste em produtos de carnes nobres com preços justos no mercado. Trouxe também uma linha de hambúrgueres e também o filé de tilápia.

Adriano Pacheco, diretor comercial da Saudali, comenta que o mineiro é, hoje, o maior consumidor de carne suína no Brasil. A empresa tem muita demanda de carne suína em Minas Gerais, mas a Saudali também exporta para 21 países. Recentemente, a marca chegou às Filipinas. Entretanto, sem dúvida, o estado mineiro é o maior investimento da empresa. “Costumo dizer: estamos em Ponte Nova para o Mundo”, destaca Adriano. O diretor também ressalta que o consumo da carne suína vem crescendo consideravelmente em todo o Brasil, chegando bem perto da carne bovina. Pacheco também pontua que a empresa está sempre investindo em tecnologia, aumentando a automação da fábrica, para melhorar sempre a produção dos seus produtos.



## START QUÍMICA É DESTAQUE EM PRODUTOS DE LIMPEZA E HIGIENE PESSOAL



A Start Química, empresa de produtos químicos para limpeza e higiene pessoal, apresentou, na Superminas 2024, a linha *Aquapool* que é formada de produtos de tratamento de piscinas. Além disso, também veio com novidades na linha *Oral Care* com produtos infantis, a *Bianco Kids*, com duas versões de creme dental, duas de enxaguante bucal e escovas de dentes. Na parte de limpeza do lar, trouxe os amaciantes concentrados *Tuff* de um litro e meio com óleo essencial de fragrâncias intensas que pode render até 4 litros. Todos produtos de muita utilidade nos lares brasileiros.

A marca, que vem se destacando cada vez mais, aposta em novas parcerias e espera um crescimento bastante promissor para o próximo ano. “Nós estamos bastante otimistas, apesar de que a gente está vivendo um momento econômico, devido a acontecimentos mundiais, que afetam o extrato de matérias primas, mas a gente tem conseguido”, pontua o diretor e sócio proprietário, Marcos Pergher.

A empresa está sempre presente na Superminas trazendo novidades para os seus clientes e aguarda por muitos negócios no pós-feira. O diretor explicou que a Start Química está prosperando cada vez mais e aproveita, inclusive, para falar que uma nova unidade está sendo construída para melhor atendimento aos clientes.



## TIA TÂNIA GOURMET, "O LEGÍTIMO PÃO DE QUEIJO DE MINAS!"



A Tia Tânia Gourmet possui uma linha de produtos diversificada, do **clássico** pão de queijo feito com Queijo Minas e Parmesão, linha de **recheados empanados** no Parmesão, **biscoito 3 queijos**, **chipa** e o espetacular pão de queijo **premium empanado** no Parmesão. Nossos queijos são selecionados e homologados com muito critério para garantir o sabor inconfundível que caracteriza nossos produtos. Oferecemos qualidade para que nossos parceiros levem o melhor da tradição mineira aos seus clientes, garantindo uma experiência de sabor única e autêntica.

Com um excelente alinhamento comercial e uma logística eficiente, conseguimos entregar nossos produtos em diversos estados do Brasil e em todos os municípios de Minas Gerais. Isso nos permite estar cada vez mais próximos dos nossos consumidores. Foi uma honra participar da Superminas Food Show, um evento extraordinário, essencial para fortalecer nossa parceria com nossos clientes e que proporcionou um ambiente perfeito para a troca de experiências e conexões.

A Tia Tânia Gourmet agradece a todos que visitaram nosso estande! Agradecemos a confiança de cada um de vocês e reforçamos nosso compromisso com a excelência do *Legítimo Pão de Queijo de Minas* desde 2001.

## TECNOPERFIL APRESENTA SOLUÇÕES INOVADORAS



Celebramos nossa participação na Superminas fortalecendo laços comerciais e ampliando relacionamentos ao apresentar soluções inovadoras que promovem organização e praticidade para gôndolas e prateleiras.

Nosso compromisso com a qualidade e a sustentabilidade se reflete em cada produto, garantindo eficiência e praticidade para supermercados, atacadistas e varejistas.

Conforme destaca Gilmar Koerber, gestor de negócios da empresa, "ao longo desses 30 anos, a Tecnoperfil se consolidou como uma das empresas líderes em soluções para o setor industrial/comercial, construção civil e agricultura". Continuamos com o firme compromisso de buscar novas soluções que elevem a experiência de nossos clientes.

## A MAIS AMOR NA SUPERMINAS FOOD SHOW 2024



Foi uma honra participar da Superminas Food Show, o segundo maior evento alimentício da América Latina! Em nossa estreia nessa feira intensa de 3 dias, tivemos a alegria de receber visitantes que reconheceram o verdadeiro sabor mineiro nos nossos produtos e a autenticidade de um pão de queijo feito com amor e tradição.

Com toda a equipe vestindo a camisa, oferecemos o melhor de Minas ao público e recebemos valiosos feedbacks que nos motivam a continuar nossa missão. Agradecemos a cada visitante que nos deu o prazer de sua presença, a todos os parceiros e à equipe que trabalhou com dedicação para tornar esse sonho realidade.

Que venha o próximo ano, trazendo novidades e, é claro, aquele sabor inesquecível de Minas que só a Mais Amor tem!



## TATI MINAS OFERECE À PANIFICAÇÃO PRODUTOS DE QUALIDADE E SUPORTE COMPLETO



A Tati Minas marcou sua participação na Superminas 2024 apresentando seu *mix* de congelados para padaria e os produtos feitos com eles. Francisco Donizete Lourenço, supervisor da Tati Minas, fez questão de ressaltar que, apesar de ser um produto base para pães, doces e biscoitos, ele não deixa de ser artesanal.

“A gente vai enviar uma massa congelada, e o padeiro, com o talento dele, vai transformar essa massa em diversos itens”, explicou. Ademais, um dos produtos mais vendidos da empresa é a massa de pão francês, um dos itens mais importantes na venda diária de uma padaria, e vem favorecer e facilitar em muito a rotina diária de trabalho da padaria.



A praticidade dos produtos da Tati Minas vai além do *mix* de congelados. Lourenço resalta que uma das prioridades da empresa é oferecer, junto do produto, assistência e orientação no desenvolvimento dos itens que combinem com cada cliente. A empresa destacou que a Superminas agregou muito à empresa, facilitando o diálogo com seus clientes de Minas Gerais, que se concentram no Triângulo Mineiro, no Sul e Centro-Oeste e, agora, direcionou um forte foco para a Região Metropolitana de Belo Horizonte.

Segundo Lourenço, a Tati Minas também agregou à feira, trazendo inovação tecnológica para o momento de transformação no mercado. A empresa oferece suporte e treinamento aos seus clientes. “A Tati Minas vai estar aqui sempre para pensar e ajudar a desenvolver o produto que o cliente precisa”, destaca Lourenço.

## TRADIMAQ MOSTRA NOVIDADES NA SUPERMINAS 2024



Com mais de 35 anos de mercado, a Tradimaq, distribuidora autorizada das empilhadeiras Yale nos estados de Minas Gerais, Goiás, Rio de Janeiro, Espírito Santo e Distrito Federal, também atua no fornecimento de plataformas elevatórias Genie em todo o Brasil. Durante a Superminas 2024, apresentou o que há de mais moderno e eficiente em movimentação interna de materiais.

Entre os destaques apresentado está o lançamento da nova série N, que inclui empilhadeiras a combustão com capacidade de 2,0 a 3,5 toneladas, equipamentos nacionais produzidos em Itu/SP. A empresa também exibiu toda a linha de máquinas elétricas: paleteiras com e sem torre, empilhadeiras retráteis, contrabalançadas, trilaterais e diversas outras soluções, com opções para baterias de chumbo-ácido e de íon-lítio, além de versões para câmaras frias.



Daniel Brina, Superintendente Comercial da Tradimaq, resalta a importância da Superminas para a empresa e para todo o setor supermercadista. Segundo ele, o evento reúne representantes de negócios de todos os tamanhos, possibilitando que todos conheçam e utilizem os produtos do portfólio da Tradimaq.



45 ANOS  
DE HISTÓRIA  
MAIS DE 3.000  
CLIENTES  
COM FROTA  
PRÓPRIA  
PRESENTE EM  
9 ESTADOS  
E 670  
CIDADES

A FORMA  
MAIS GOSTOSA  
DE LUCRAR!

Saiba mais sobre  
os produtos Plinc!



☎ 0800 970 4478  
(31) 3824-2268 / 3841-4478  
@ plinc@produtosplinc.com.br  
▶ www.produtosplinc.com.br  
f facebook.com/produtosplinc  
© instagram.com/produtosplinc



# Arroz Vasconcelos®



ASSISTA

"Cria da Roça"  
com Ana Castela

