

Vista geral da área central de Uberlândia, no Triângulo Mineiro, cidade sede da Superinter 2019



No alvo dos **BONS NEGÓCIOS**

COM PUJANÇA EM TODOS OS SETORES DA ECONOMIA, AS REGIÕES ALTO PARANAÍBA E TRIÂNGULO MINEIRO CRESCEM ACIMA DA MÉDIA DO ESTADO NO SEGMENTO SUPERMERCADISTA E TRAZEM GRANDES OPORTUNIDADES TAMBÉM PARA A INDÚSTRIA FORNECEDORA. A SUPERINTER, EM UBERLÂNDIA, REÚNE OS DOIS SEGMENTOS NO MAIOR EVENTO EMPRESARIAL NO INTERIOR DE MINAS

Adenilson Fonseca





No dia 13 de junho, a rede Atacadão, maior empresa de atacarejo do Brasil, inaugurou sua primeira loja em Uberaba, a segunda na região, já que está presente também em Uberlândia, onde tem uma unidade. A rede pertence ao Carrefour, maior grupo supermercadista atuante no País e um dos maiores do mundo. Menos de um mês depois, exatamente em 11 de julho, era a vez de a rede ABC inaugurar nada menos que duas lojas de supermercado em um mesmo dia, em Uberlândia, no centro da cidade e no bairro Jardim das Palmeiras.

Grandes produtoras de grãos, sede de indústrias, pólo do atacado distribuidor e grande gerador de energia solar e hidrelétrica, destaque em mineração, entre muitas outras atividades econômicas de grande relevância, as duas regiões estão entre as mais desenvolvidas e mais promissoras do País.

A dinâmica da economia atrai investimentos de empresas de outras regiões e impulsiona a expansão das companhias locais. Ao mesmo tempo, exportam sua produção que geram divisas para as empresas locais. "É uma região que se consolida como muito importante, porque gera muitos investimentos e muitos empregos no estado", avalia o diretor da rede ABC Supermercados, Thúlio Fernandes Martins.

A empresa é uma das que mais investem no Triângulo em 2019, como mostra a inauguração de duas lojas em um mesmo dia. Thúlio Fernandes considera que a região do Triângulo e Alto Paranaíba sempre foi independente em relação ao crescimento do estado, dada a sua pujança econômica, especialmente no agronegócio. Também pela localização, próxima ao estado de Goiás, que é igualmente próspero nessa área. "É uma região que cresce mais em relação à média do estado", assegura.

ACIMA DA MÉDIA

Em 2018, enquanto o crescimento médio do setor no estado foi de 2,98%, o segmento supermercadista do Triângulo e Alto Paranaíba



Nossas marcas e produtos estão presentes nas maiores redes mineiras e em todos os formatos de lojas.

Isto porque pra nós o que importa é estar próximo do nosso cliente e contribuirmos pro crescimento do seu negócio.

Presente!

VISITE NOSSOS STANDS
E CONHEÇA AS LINHAS MAIS
COMPLETAS DO MERCADO.

SUPER INTER

10 E 11 DE JULHO/19

CENTER CONVENTION

Start



BIANCO



BioHair





encerrou o ano com desempenho de 7,44%, de acordo com o “Termômetro de Vendas”, pesquisa mensal da AMIS. Quando analisado o desempenho das cinco maiores redes sediadas na região, o crescimento médio foi de 11,6%. Também na média, o crescimento no Triângulo e Alto Paranaíba das unidades das redes sediadas em outras regiões foi superior a esse percentual, considerando novas lojas.

Na região estão presentes também os outros três maiores conglomerados supermercadistas com atuação no Brasil: Grupo Pão de Açúcar, Walmart e Cencosud, este com a bandeira Bretas. A maior rede mineira, Supermercados BH, também colocou o pé na região, ao adquirir em 2018 o Supermercado Ideal, em Carmo do Paranaíba.

DESDE 2013

Em 2013, a maior empresa supermercadista do interior de Minas, o Grupo Bahamas, de Juiz de Fora, virou seu foco de atuação para esse canto do estado mineiro, onde não poupou investimentos. Nesses seis anos, a empresa já estampou sua marca nas cidades de Araguari, Uberaba, Uberlândia, Patos de Minas e Patrocínio, além de aportes anunciados para novas unidades em Ituiutaba e Monte Carmelo, com inaugurações previstas para este ano.

Quem também, como se disse, aumenta o nível de atuação na região é o Grupo ABC, com sede em Divinópolis, no Centro-Oeste do Estado. A bandeira, que já tinha presença em Araxá, em 2018 abriu sua primeira unidade em Patos de Minas. Neste ano, já inaugurou uma loja em Uberaba e vai entrar forte também na maior cidade do Triângulo.

Com investimentos totais que ultrapassam R\$ 55 milhões, são seis supermercados anunciados para Uberlândia, quatro deles com inauguração prevista para 2019. Duas delas neste dia 11 de julho: uma no Centro e outra no bairro Jardim das Palmeiras. Mais um evento do setor supermercadista na cidade neste segundo dia da Superinter.

“TRADICIONALMENTE
MOÍDO NA PEDRA”



Há mais de **30 anos**,
fornecendo um alimento **100%**
natural e eficaz nas receitas!



Fubá de Canjica

Produto versátil, prático e com
textura leve, eficiente no
preparo de bolos, cremes,
biscoitos, empanados e até
mesmo macarrão sem glúten.

Farinha de Milho

Flocos crocantes e saborosos
capazes de deixar as farofas,
sopas, os bolos e tropeiros
ainda mais deliciosos
e atraentes.

Fubá Moinho D'Água

Apresenta maiores valores
energéticos e nutritivos,
ótimo para preparar angu,
mingau e caçarolas.



EMPRESAS LOCAIS

No embalo desse crescimento, empresas da região, como Super Maxi e Zebu Carnes, sediadas em Uberlândia e Uberaba, respectivamente, também aumentaram seus investimentos em novos pontos de venda. A primeira saiu de 17 lojas em 2017 para 20 ao final de 2018 e já inaugurou mais uma neste ano. Já a Zebu Carnes passou de sete para nove unidades e viu seu faturamento crescer 22,4%.

Redes como Bernardão, de Patrocínio, a maior da região em faturamento; Barbosão, de Araxá; Supermercados JB, de Frutal, e Ki Joia, de Monte Carmelo, também atraem a atenção dos fornecedores e contribuem para o crescimento econômico das cidades onde atuam. “A nossa região sempre foi muito assediada por grandes redes, que vêem o alto potencial. Os regionais também estão crescendo e acreditando muito na região”, analisa o diretor Comercial da rede Super Maxi, Milson Borges dos Santos.

ATACAREJO

Foi esse campo fértil para a expansão dos negócios que fez do Mart Minas Atacado e Varejo uma das grandes redes do segmento atuando no Triângulo e Alto Paranaíba. Das 34 lojas da empresa, um terço está nessas regiões, nas cidades de Araporã, Araxá, Patos de Minas, Patrocínio, Uberaba e Uberlândia. A mais recente loja da rede na região foi inaugurada no dia 16 de abril, a terceira em Uberlândia.

NO ALVO

Rogério Luciano de Oliveira, que é supermercadista e líder empresarial em Patos de Minas, avalia que as duas regiões ficaram fora do radar de grandes investimentos no tempo em que a alta das *commodities* minerais puxava o foco para outras cidades, como no Vale do Aço. Com a crise das *commodities* minerais, avalia, os investidores passaram a procurar regiões com economia mais diversificada. E nesse quesito, não precisava de ambiente mais propício que o do Triângulo e Alto Paranaíba.



Açaí Tribomix®

NATURALMENTE O PREFERIDO.

Sabor e cremosidade que conquistam os paladares mais exigentes e ajudam você a vender mais.

A TRIBOMIX TEM UMA LINHA COMPLETA DE PRODUTOS COM ALTO PADRÃO DE QUALIDADE E HIGIENE. SEJA PARA SERVIR OU REVENDER, É GIRO GARANTIDO.

LINHA TRADICIONAL

Frutos selecionados direto da Amazônia, batidos com o mais rigoroso padrão de qualidade.

LINHA PREMIUM

Frutos Premium direto da Amazônia com 100% de pureza e batidos em um processo exclusivo. A textura da nossa linha premium é mais fina e mais cremosa, o que garante a melhor degustação.

LINHA ZERO

Açaí Premium adoçado com sucralose. Ideal para quem faz dieta com baixo teor calórico ou tem restrições alimentares.



FALE COM A GENTE E FAÇA SEU PEDIDO:



34 3236-8716



contato@triboacai.com.br



@acaitribomix_



facebook.com/Açaí-Tribomix



“Essa região nossa tem algumas virtudes que se destacaram nos últimos anos. A que considero a primeira seria a diversificação da produção. Todas as regiões são especializadas em algum tipo de produção, mas se você for olhar o Alto Paranaíba, nós temos uma diversidade agrícola muito grande”, explica Oliveira, que é diretor do Moderno Supermercado, com uma loja em Patos de Minas.

Ele analisa que as demais regiões do estado são especializadas em determinada produção ou ramo industrial, mas que no Alto Paranaíba e no Triângulo os municípios têm suas diversidades produtivas. Uns são especializados em hortifrutigranjeiros, outros em gado, o milho, soja ou algodão. Por outro lado, disse ele, municípios como Carmo do Paranaíba, Patrocínio e Coromandel são muito produtivos em café. Partindo para o lado de Araxá, em São Gotardo, a produção de batata se destaca.

DIVERSIFICAÇÃO

“Enfim, é uma série de diversificações que eu considero que seja um dos fatores relevantes que está atraindo esse pessoal. Na época da crise, essa diversificação emerge”, disse, ressaltando o papel de Uberlândia como centro industrial e do atacado distribuidor. Essa diversificação da economia, na avaliação de Oliveira, atrai pessoas para o trabalho e gera movimento. Essa produção, além de abastecer a região, é exportada para outras Ceasas de diversos estados.

“Então, o dinheiro acaba vindo de fora para cá também, causando um movimento, provocando um ciclo virtuoso, atraindo indústria, atraindo outros segmentos da produção, como de insumo, de embalagem, para suprir todo esse pessoal. Como essas grandes redes estão procurando mercados, encontra o nosso, aqui, que está emergindo em função dessa diversificação”, aponta.





— Pãezinhos —
100% INTEGRAIS

É tendência no mundo!

Lanches saudáveis fazem cada vez mais parte da rotina do consumidor. Leves e muito macios, os Pãezinhos Vale do Sol são feitos 100% com farinha integral.

A escolha certa para seus clientes.



Vale do Sol

**NA
TU
RIS
TA**

FONTE DE FIBRAS

0% GORDURAS TRANS

SEM LACTOSE

DISPONÍVEIS NOS SABORES:

- CASTANHAS E NOZES;
- CACAU E MEL;
- UVA-PASSA;
- CEBOLA.

OBAM Design





Acima, à esquerda, Mílson Borges dos Santos, vice-presidente regional da AMIS em Uberlândia e sócio-proprietário da rede Super Máxi; à direita, Túlio Martins, diretor da rede Supermercados ABC, que acaba de inaugurar duas lojas em Uberlândia

EM PREPARAÇÃO

Ele também prevê investimentos em expansão da sua empresa, mas isso para um futuro ainda indeterminado. O crescimento de grandes concorrentes faz o varejo local avaliar cada passo dado. Ainda assim, há menos de um ano a loja passou por uma mudança e mais que dobrou a área de vendas. “Foi uma expansão que hoje passa por uma maturação e já faz a empresa pensar em outros investimentos no futuro, ainda que, por enquanto, apenas no mundo das ideias”, afirma Oliveira.

“Evidentemente que nós temos uma ambição, um projeto de querer aumentar, sim. Isso está sempre latente na nossa cabeça. Mas temos que amadurecer bastante para dar prosseguimento a essas ideias de expansão”, analisa.

INDÚSTRIA TAMBÉM INVESTE

Com a expansão dos canais de vendas, a

indústria também se aproxima ainda mais. É o caso do Grupo Petrópolis, produtor das marcas Itaipava, Crystal, Black Princess e Petra, que anunciou, em abril deste ano, a instalação de uma fábrica em Uberaba, que será a maior de todas as unidades da empresa. Ainda em fase de construção, dada a dimensão do mercado mineiro e o potencial da região, no dia 27 de junho a empresa anunciou a ampliação dos investimentos na unidade. Serão mais de R\$ 1 bilhão, frente aos R\$ 800 milhões anunciados em abril, com a geração de 600 empregos diretos.

A capacidade produtiva será de 9 milhões de hectolitros de cerveja por ano. “O anúncio da fábrica do Grupo Petrópolis em Minas Gerais foi tão bem aceito no estado, superando as nossas expectativas, que já eram bastante otimistas. Com isso, passamos para um investimento de R\$ 1 bilhão”, justifica o diretor de Controladoria do Grupo Petrópolis, Marcelo de Sá.



**CUIDAR
É FUNDAMENTAL**

**DO PÃO DE QUEIJO À FAROFA COM TAIOBA,
OBRIGADO, MINAS, JÁ ESTAMOS NOS SENTINDO EM CASA**

**E quando estamos em casa, queremos que tudo fique
sempre limpo, cheiroso e bem cuidado.**

Difusores em embalagem de 120ml

Mais de 10 fragrâncias



Conheça todas as linhas de produtos Aromasil.



**Garantia de alto giro e valor agregado
para fazer o maior sucesso nas gôndolas.**

Automotiva | Sanitária | Doméstica | Cozinha
Churrasco | Pet | Higiene Bucal | Inseticida
www.aromasil.com.br

JL COMUNICAÇÃO PLENA



Superinter, a síntese do potencial do Triângulo e Alto Paranaíba



A força da economia e a relevância do varejo do Alto Paranaíba e do Triângulo Mineiro puderam ser vistas no maior evento empresarial do interior mineiro. Nos dias 10 e 11 de julho, a Superinter 2019 reuniu cerca de 150 expositores no Center Convention, em Uberlândia. Um evento estratégico, organizado pela AMIS, que promove o encontro entre quem produz e quem vende.

“As empresas estão enxergando a nossa região como oportunidade de expandir, e as indústrias querem se mostrar para esses varejistas na Superinter”, disse Milson Borges dos Santos, do Super Maxi, que é vice-presidente da AMIS em Uberlândia. Segundo ele, a Superinter é uma grande vitrine para o fornecedor que queira colocar seus

produtos no varejo supermercadista da região. Não por acaso, disse, é grande o número de novos expositores participando este ano em relação ao ano passado. “A gente vê que as empresas que acreditam realizam negócios e começam a expandir através da feira”, destaca.

ESTRATÉGICO

“O papel da Superinter é estratégico; é extraordinário esse trabalho”, avalia Rogério Luciano Oliveira, de Patos de Minas, também vice-presidente da AMIS. Para ele, o trabalho da AMIS na organização da Superinter e de outros eventos do interior, promovendo reuniões e encontros entre os empresários do segmento é “extraordinário”,

Movimentação nos corredores da feira de negócios que integra as atrações da Superinter



Flamboyant

em
toda
casa
tem!



sabor sem igual com muito mais qualidade!

ESTRUTURA E LOGÍSTICA APLICADA COM PONTUALIDADE E MUITA EFICIÊNCIA.
MARCA SÓLIDA E COM FORTE PRESENÇA NO MERCADO MINEIRO DESDE 1985.

ACESSE NOSSO SITE
ATRAVÉS DESTE CÓDIGO
E CONHEÇA MAIS SOBRE
NOSSOS PRODUTOS





porque muitos pequenos empresários têm dificuldades de se deslocar de suas empresas.

“Esses eventos mais próximos levam empresários do varejo e também o fornecedor para que essa convergência aconteça”, analisa ele, ressaltando que os eventos trazem conhecimento de produtos e fornecedores novos, além da qualificação, tanto do empresário quanto do seu colaborador.

“A AMIS provocou, com esses eventos, tanto o conhecimento quanto essa interação

entre quem quer comprar e quem quer vender. Foi uma coisa muito inteligente, haja visto que São Paulo e Belo Horizonte, que têm feiras maiores, ficam muito distantes para a cabeça do pequeno. Você acaba realmente trazendo esse pessoal que estava fora das feiras, fora desse mercado, para ter o conhecimento e progredir no seu negócio, trazendo progresso e levando conhecimento para a sua comunidade”, avalia Oliveira. 🛒

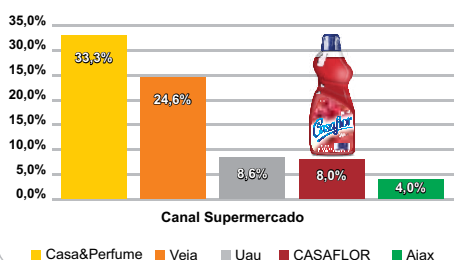


Limpador Perfumado Casaflor

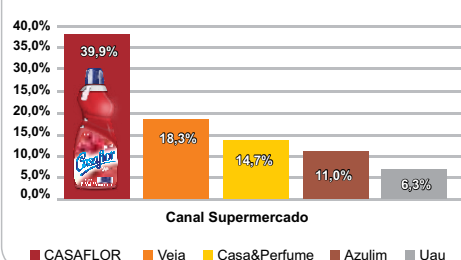
Bem-estar que transforma



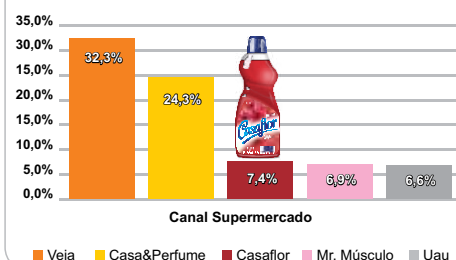
LIMPADORES PERFUMADOS - BRASIL



LIMPADORES PERFUMADOS - CENTRO-OESTE



LIMPADORES PERFUMADOS - N/NE



Casaflor é a 4ª marca de limpadores perfumados mais vendida no Brasil, líder absoluta no Centro-Oeste e ocupa o 3º lugar no Norte/Nordeste.

Pesquisa realizada pela Kantar Worldpanel. Agosto de 2018. Canal Supermercado.

dia 10 PROGRAMAÇÃO

13h30 às 20h30
Secretaria / Credenciamento

15h
Palestra Comportamental | COMO DEFINIR MEUS OBJETIVOS E IR PARA O PRÓXIMO NÍVEL DE REALIZAÇÃO PESSOAL E PROFISSIONAL

APRESENTAR, DE MANEIRA SIMPLES DE PERCEBER E ENTENDER, O PROCESSO DE MUDANÇA DE HÁBITOS COM DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS E METAS, COMPREENDENDO QUE É POSSÍVEL REALIZAR TODAS AS ATIVIDADES DIÁRIAS E AINDA TER TEMPO PARA A FAMÍLIA E O LAZER.

ASSUNTOS

- O que você está fazendo com sua vida?
- Definir metas e conquistar objetivos x uma decisão pessoal
- A empresa é parceira em suas conquistas. Conte com ela!
- Priorização: prioridade não é ciclo. Abortos.
- Aprenda a definir suas prioridades – D.O.H.
- O que você precisa PARAR DE FAZER?
- Defina seus objetivos nas três principais áreas da sua vida.
- Empoderamento profissional: Você consegue!

PALESTRANTE: PROFESSOR IB | JOÃO BATISTA
Administrador, pós-graduado em Marketing, Mestre em Mídias e Conhecimento. Possui 28 anos de experiência como consultor organizacional e empresário. Autor e escritor com 5 livros publicados e 4 e-Books. Trabalha também como Coach, executivo de vendas, professor e treinador comportamental.

16h30
Sólimidade de Abertura

17h às 21h
Feira Mostra de Fornecedores



Professor IB | João Batista



João Carlos da Lapa



Fernando Brayo



Cristiano Lopes

dia 11 PROGRAMAÇÃO

9h30 às 11h30 e 13h30 às 20h30
Secretaria / Credenciamento

10h às 12h
Palestra Operacional | A VISÃO ATUAL DA PREVENÇÃO DE PERDAS NO VAREJO ALIMENTÍCIO

ALERTAR SOBRE A VISÃO MODERNA DA PREVENÇÃO DE PERDAS NO SEGMENTO E SUA ABRANGÊNCIA. CONCEITUAR TIPOS E MOTIVOS DE PERDAS, INDICADORES DE PERDAS, GRAU DE RISCO, PRINCIPAIS AÇÕES PREVENTIVAS.

ASSUNTOS/CONTEÚDO

- Definições
- Indicadores de Perdas
- Principais motivos
- Abrangência atual da prevenção de perdas: furtos e fraudes | Perdas & quebras | Perdas em vendas | Perdas em margens | Perdas na qualidade de informações | Perda nos processos | Perda de gestão

PALESTRANTE: JOÃO CARLOS DA LAPA
Trabalha mais de 30 anos nas maiores empresas varejistas do país, como Pão de Açúcar, Carrefour e Lojas Americanas, tendo ocupado os cargos de Gerente de Operações e Regional de Vendas, Gerente Geral de Loja e Gestor de Contratos, com grande atuação no controle de perdas. Autor do livro "Garhar, Mas, Perdendo Menos".

14h
Palestra Tecnologia | REVOLEÇÃO DIGITAL – IMPACTOS NO VAREJO

PROVOCAR OS PARTICIPANTES PARA REFLEXÕES ACERCA DOS IMPACTOS NO VAREJO SUPERMERCADISTA NO CONTEXTO DA REVOLUÇÃO DIGITAL. A TRANSFORMAÇÃO DOS MERCADOS TRADICIONAIS

ASSUNTOS

- Os novos negócios digitais
- O que está mudando no varejo 4.0
- Tendências e expectativas para varejo em curto e médio prazo

PALESTRANTE FERNANDO BRAYO
Especialista em e-grocery e-commerce para supermercados. Supermercadista por mais de 15 anos, atualmente lidera startups de tecnologia voltadas para o varejo alimentar.

15h30
Palestra Inovação | DIFERENCIAR-SE É PRECISO A/COR/DA

APRESENTAR AOS PROFISSIONAIS DO VAREJO OS CENÁRIOS DE MERCADO PARA QUE POSSAM RE-PENSAR SUAS ESTRATÉGIAS, POSICIONAMENTOS E ATITUDES.

ASSUNTOS

- Cenários de mercado
- Mundo VUCA
- Profissionais do passado x presente x futuro
- É preciso A/COR/DA
- Exemplos práticos de como fazer, acontecer e impactar os clientes
- Motivação, se você quer altitude tem a atitude. DIFERENCIAR-SE

PALESTRANTE CRISTIANO LOPES
MBA em Gestão Estratégica de Negócios, Especialista em Gestão Estratégica de Marketing, Professore de MBA e Pós-graduação, Colunista de Empreendedorismo do Jornal Hoje em Dia, Consultor empresarial e palestrante com mais de 1400 palestras proferidas em 21 estados do Brasil.

17h às 21h
Feira Mostra de Fornecedores