

Associação Gaúcha de Supermercados

REVISTA

# AGAS

Número 373 – Ano 43 – Julho/Agosto 2024

Mala Direta  
Básica

9912341575/2014-DR/RS  
AGAS

Correios

FECHAMENTO AUTORIZADO – PODE SER ABERTO PELA ECT

especial

# TEMPO DE RECONSTRUÇÃO

**produtos gaúchos** Campanha incentiva consumo do que é produzido no RS

**expoagas 2024** Feira de negócios é confirmada na Fiergs e está repleta de atrações



**Superação**  
É A NOSSA MARCA



**EXPOAGAS 2024**  
20 a 22 de agosto - FIERGS - Porto Alegre

41ª Convenção Gaúcha de Supermercados  
— Uma Feira de Negócios —

**INSCRIÇÕES ABERTAS**  
[www.agas.com.br](http://www.agas.com.br)

# EXPOAGAS 2024

20 a 22 de agosto - FIERGS - Porto Alegre

41ª Convenção Gaúcha de Supermercados  
Uma Feira de Negócios

# SUPERAÇÃO

É A NOSSA MARCA

## 20 DE AGOSTO

9h

### PAINEL "SUPERAÇÃO: ESSA É A NOSSA MARCA"

PAULO SÉRGIO PINTO, FERNANDO LEMOS, OTELMO DREBES, PAULO GEREMIA E ROBERTA BARRETO

10h30

### PAULO CESAR TINGA

"LIDERANÇA, O PODER DA AÇÃO E DO TRABALHO EM EQUIPE"  
PART. DUDA GARBI, PEDRO ERNESTO DENARDIN E RICARDO VONTOBEL



## 21 DE AGOSTO

9h

### MAJU COUTINHO

"REPRESENTATIVIDADE: CONSTRUINDO VALOR PARA A CARREIRA E A VIDA"



10h30

### RUBENS BARRICHELLO

"MUDANÇA: OPORTUNIDADE DE FAZER MELHOR"



## 22 DE AGOSTO

9h

### ARTHUR IGREJA

"HUMANIZANDO A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL"



10h30

### DADO SCHNEIDER

"O FUTURO MUDOU... BEM NA MINHA VEZ"



11h30

SHOW MUSICAL  
BANDAS GAÚCHAS

14h

### AGAS JOVEM

FABRICIO CARPINEJAR

"LIDERAR E VIVER SEM SE POUPAR"



14h

### AGAS MULHER

"LIDERANÇA E INTELIGÊNCIA EMOCIONAL"

FERNANDA TOCHETTO, CYNTHIA REQUENA E MANUELA BORDASCH



14h

### SEMINÁRIO JURÍDICO

"PANORAMA DA REFORMA TRIBUTÁRIA PARA 2026"  
DR. FÁBIO CANAZARO  
"PAUTAS TRABALHISTAS" | DR. FLÁVIO OBINO FILHO  
"COMO NÃO CAIR EM VENDA DE SONHOS" | DR. LUCIANO BENETTI TIMM



CAT

14h

### VERA ZAFFARI

TÊNDENCIAS EM LAYOUT DE LOJA"  
PART. MARGOT DREHER LONGO



15h

### FÁTIMA MERLIN

"COMO MAXIMIZAR RESULTADOS COM GERENCIAMENTO POR CATEGORIAS"



16h

### SÉRGIO ALVIM

"CULTURA TRADE: DESENVOLVENDO TRADE DE ALTA PERFORMANCE"



CAT

14h

### VANDERLEI GOULART

"COMO ECONOMIZAR UTILIZANDO A INTELIGÊNCIA TRIBUTÁRIA"



16h

### CRISTINA PORTO

"GESTÃO E CULTURA, A ALMA DA EMPRESA"



CAT

14h

### ANGELITA GARCIA

"SEGURANÇA PSICOLÓGICA E COMBATE À ANSIEDADE NA REDUÇÃO DE TURNOVER"  
PART. AGNES DOS PASSOS RAMOS



16h

### SILVIA SARMENTO

"LIDERANÇA DE IMPACTO: CONSTRUÇÃO DE EQUIPES FORTES E COMPETITIVAS"  
PART. ROBERTA BARRETO



COQUETEL AJUDA SUL 20 DE AGOSTO | 20 HORAS | ARENA DO CONHECIMENTO

PARTICIPE DAS HOMENAGENS ÀS EMPRESAS, ENTIDADES E LIDERANÇAS QUE SE DESTACAM NA RETOMADA DA ECONOMIA GAÚCHA

INGRESSO À FEIRA SOLIDÁRIO: A AGAS DOBRARÁ O VALOR ARRECADADO, DESTINANDO PARA A RECONSTRUÇÃO DO RS

ASSOCIADOS AGAS: GRATUITO

VAREJISTAS NÃO ASSOCIADOS: R\$ 20,00

FORNECEDORES E VISITANTES: R\$ 50,00

HORÁRIO DA FEIRA: 12H ÀS 21H (DIAS 20 E 21) | 12H ÀS 20H (22)

PALESTRAS MAGNAS: R\$ 50,00 (1 DIA) E R\$ 100,00 (3 DIAS)

INSCRIÇÕES  
WWW.AGAS.COM.BR



@PORTALAGAS  
#EXPOAGAS2024

### PROMOÇÃO EXPOAGAS 2024

Cada R\$ 1.000,00 em compras junto aos expositores dão direito a 1 cupom para concorrer a 6 notebooks e um automóvel Fiat Strada 0Km

Patrocínio



Apoio



Patrocínio



Copatrocinio

Realização

Apoio

ANTÔNIO CESA LONGO Presidente da Agas



Divulgação/Agas

# A EXPOAGAS DA SUPERAÇÃO

Muitos são os motivos que nos levam a acreditar que a ExpoAgas 2024, que chega à sua 41ª edição neste momento tão simbólico de reconstrução do RS, será a maior e mais qualificada de todos os tempos. Ainda que tantas empresas estejam apenas iniciando seu processo de recuperação, mesmo que a malha aeroviária crie empecilhos logísticos com a demora na reabertura do Aeroporto Salgado Filho, todos os relatos, as conversas de bastidores do setor, o clima de engajamento compartilhado entre varejistas e fornecedores e o trabalho incansável promovido a muitas mãos por nossas equipes e diretoria são um sinal irrefutável do sucesso deste evento.

A realização da ExpoAgas 2024 traz consigo uma simbologia importante, já que este será o primeiro grande encontro a ser promovido no Estado após as enchentes avassaladoras que configuraram a maior catástrofe climática de nossa história. Serão milhares de pessoas trabalhando pré, durante e pós-evento, com uma movimentação importante da economia, incluindo os hotéis, bares e restaurantes que são fortemente alavancados nos dias da feira. Além, é claro, dos já esperados e tradicionais ganhos que a Convenção Gaúcha de Supermercados proporciona, com um ciclo de palestras meticulosamente planejado e todas as oportunidades de negócio da feira.

Esta será, portanto, a ExpoAgas da superação, em que o Brasil virá prestigiar a indústria gaúcha e estará conosco para continuar auxiliando

na nossa retomada. É imperioso que façamos alguns agradecimentos neste sentido, já que muitas entidades e empresas de todo o país, capitaneadas pela nossa Abras, aportaram recursos para a reconstrução do RS. É importante, também, sublinharmos a dedicação das equipes da Fiergs e de suas diretorias, capitaneadas pelo ex-presidente Gilberto Petry e pelo recém-empossado Cláudio Bier, para que a casa da indústria gaúcha mais uma vez esteja apta a receber a ExpoAgas.

E por falar em solidariedade, colaboração e superação, a ExpoAgas oportunizará uma grande prestação de contas quanto aos recursos que ajudamos a destinar em nosso setor para a reconstrução de vidas. Foram milhares de cobertores, cestas básicas, casas, computadores, marmitas, alimentos e kits de higiene distribuídos a entidades e famílias atingidas, sabendo de nossa responsabilidade ao desenvolver um projeto de longo prazo para o recomeço dessas pessoas. Também por isso, nossos ingressos para a ExpoAgas são solidários: todo o valor arrecadado será dobrado pela Agas e revertido a ações de recuperação, superação e recomeço, através da campanha Ajuda Sul. Mais que palestrantes de renome, empresários dispostos a fazerem negócios e profissionais multidisciplinares em busca de desenvolvimento, a ExpoAgas 2024 será um palco de união, de apoio e de virada de chave. Esperamos todos lá!

REVISTA

**AGAS**

Publicação oficial da Associação Gaúcha de Supermercados

Conselho Editorial: Antônio Cesa Longo, Francisco Schmidt, Edina Fassini, Francisco Brust, Gabriel Xerxenesky e Tiovana Bencke

Comercialização: Tiovana Bencke e Gabriel Xerxenesky

Fone: (51) 2118-5200/comercial@agas.com.br

Produção jornalística:



Contato: (51) 3346-1194/ 99948-5511

www.tematica-rs.com.br

revistaagas@tematica-rs.com.br

Edição e revisão: Fernanda Reche (MTb 9474)

Chefe de Reportagem: Diego Paiva de Castro

Reportagem: Diego Castro e Thiago Muniz

Edição de Arte: Luís Gustavo S. Van Ondheusden

Imagem de Capa: Arte Sílvia Rheiro

©iStock.com/Rattankun Thongbun

# Nutrifrango



@NUTRIFRANGO

- ✓ **Produção 100% Gaúcha**
- ✓ **Linha ATM de temperados e in natura**
- ✓ **Mais de 100 produtos frescos**
- ✓ **Linha Especial de alta qualidade**
- ✓ **Embalagens recicláveis**
- ✓ **Mais praticidade e sabor**



Br 116, 1087 - Morro Reuter/RS - 93.990-000

(51) 2500-2105



# Bem Brasil

**Qualidade em todos  
os produtos.  
Parceria em todos  
os momentos.**

A Bem Brasil oferece um mix de produtos práticos e deliciosos, versáteis e lucrativos. Opções de alta qualidade que garantem a alegria dos apaixonados por batatas, de norte a sul do país.

Hoje, somos a **marca líder\*** no segmento de batatas congeladas do mercado nacional. Uma conquista que é nossa e de todos os nossos clientes, que sabem que as boas parcerias vão muito além dos bons momentos.

\* Segundo Nielsen e Scanntech



**Entre em  
contato e conte  
com a gente.**

[bembrasil.ind.br](http://bembrasil.ind.br)

**BemBrasil**  
Alimentando bons momentos

# sumário



# 44

## ESPECIAL / RECONSTRUÇÃO DO SETOR

Agas promove ações de retomada para setor que teve centenas de supermercados afetados pelas enchentes



# 108

## PRODUTOS GAÚCHOS

### VALORIZAÇÃO REGIONAL

Campanha nacional estimula no Brasil inteiro o consumo de produtos gaúchos



# 84

## EXPOAGAS 2024

### OTIMISMO E CONFIANÇA

Feira passará por adaptações na estrutura, mas promete grandes oportunidades

VIVA VOZ	10
À VISTA	16
ANOTE AÍ	26
AGAS JOVEM	28
RAPIDINHAS	30
INFORME JURÍDICO	34
BOAS PRÁTICAS	38
CONVENÇÃO REGIONAL DE TRAMANDAÍ	62
CONSUMO	64
SOLUÇÕES	70
PRODUTOS / VINHOS	74
LOGÍSTICA	94

DESTAQUES	98
ENCONTRO DE DIRETORIA	102
RASTREABILIDADE	104
PRODUTOS / DE LIMPEZA	112
CAPACITAÇÃO	118
SEGUROS	120
LEGISLAÇÃO	123
GLOSSÁRIO	124
TECNOLOGIA	134
DICAS DE ESPECIALISTA	137
MANUTENÇÃO	138
MICROFONE	141



HÁ 78 ANOS LEVANDO O MELHOR DO TRIGO PARA AS SUAS ESPECIALIDADES.



**NORDESTE**  
— PORTAL DO CLIENTE —



— MOINHO DO —  
**NORDESTE**

**78**  
ANOS



@aquitemnordeste [www.moinhodonordeste.com.br](http://www.moinhodonordeste.com.br)



Fotos: Divulgação/Abras

Natural de Campinas (SP), o presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), João Carlos Galassi, é formado em Administração de Empresas pela PUC-SP, com MBA em Gestão de Pessoas pela Fundação Getulio Vargas (FGV). Sua carreira empresarial iniciou nos negócios da família, contribuindo com o desenvolvimento da rede de Supermercados Galassi. Atual presidente da União Nacional de Entidades do Comércio e Serviços (Unecs), Galassi é também empreendedor na área educacional e eventos corporativos, e atua no Conselho de Administração de empresas de diferentes setores

**viva voz**

# CESTA BÁSICA ISENTA PRECISA TER CARNE

**Quais as lições/legado que o senhor tira, como presidente da Abras, a partir do desastre climático que sofreu o RS e que atingiu mais de 370 lojas do setor?**

As lições e o legado que tiro do desastre climático que atingiu o Rio Grande do Sul são marcantes e reveladores. Primeiramente, a união e a solidariedade mostradas por todo o varejo alimentar foram essenciais para superar os desafios. Conseguimos arrecadar mais de R\$ 1,7 milhão e repassamos as doações para a Agas. Juntos podemos realizar grandes feitos. Essa parceria e o trabalho exemplar do presidente Antônio Cesa Longo foram fundamentais nesse processo. Além disso, a campanha Ajuda Sul destacou a importância de termos uma rede de apoio robusta e eficiente. A aquisição de 20 casas para serem doadas, em um projeto liderado pela Gerdau, demonstra a eficácia de ações coordenadas e bem planejadas. A resposta rápida e a mobilização para fornecer milhares de kits de limpeza e de alimentos, cobertores, caminhões com água, colchões e embalagens de marmitas às regiões afetadas são um testemunho da capacidade do setor em atuar como agentes de transformação social. Esse episódio reforça a importância de estarmos preparados para agir prontamente em situações de crise.

**A Agas decidiu realizar a ExpoAgas mesmo diante de tantas adversidades decorridas das enchentes, até mesmo sem aeroporto disponível**

**em Porto Alegre. Como essa atitude impacta a cadeia produtiva?**

A decisão de realizar a ExpoAgas mesmo diante das adversidades tem um impacto profundo e multifacetado na cadeia produtiva. Primeiramente, demonstra a resiliência e a adaptabilidade do setor supermercadista, enviando uma mensagem clara a todos os membros da cadeia produtiva de que, mesmo em tempos difíceis, é possível encontrar maneiras de continuar operando e servindo às famílias brasileiras. Acredito que esta atitude inspira confiança e motivação entre fornecedores, produtores e parceiros comerciais. Outro ponto relevante é que a grandeza da ExpoAgas promove importantes frutos como a negociação de contratos, lançamento de novos produtos e estabelecimento de parcerias estratégicas. Cancelar ou adiar poderia significar perda de oportunidades comerciais e desaceleração econômica.

**Sobre a Reforma Tributária, em trâmites finais no Congresso, o setor empresarial sempre pediu dois resultados: simplificação e desoneração. Do modo como está o projeto, esses objetivos serão atingidos?**

O projeto da reforma tributária de consumo, conforme está estruturado, tem o potencial de atingir os objetivos de simplificação e desoneração defendidos pela Abras. Se implementado conforme o planejado, pode trazer benefícios

---

**“A união e a solidariedade mostradas por todo o varejo alimentar foram essenciais para superar os desafios.”**

---



**“Apesar de todo avanço tecnológico, as pessoas e as equipes continuam a ser o coração do varejo alimentar.”**

significativos para a sociedade como um todo, promovendo um sistema tributário mais justo, eficiente e favorável ao crescimento econômico do nosso país. A inclusão das carnes na cesta básica nacional de alimentos isenta de impostos, conforme aprovado no texto-base, é um exemplo claro de desoneração que beneficia diretamente a população. Essa medida é um avanço significativo no acesso das famílias brasileiras a alimentos essenciais, crucial para promover uma nutrição adequada, especialmente para as famílias de média e baixa rendas, que representam a maior parte da população do Brasil. Espera-se que a reforma traga outras medidas que aliviem a carga tributária sobre setores estratégicos, incentivando o crescimento econômico e a geração de empregos.

### **Qual a reivindicação do setor supermercadista em relação à Cesta Básica Nacional prevista na reforma?**

A criação da cesta básica nacional isenta foi uma conquista muito celebrada pela Abras; resultado de muito diálogo, trabalho incansável e uma vontade enorme de ver as famílias brasileiras terem maior acesso a alimentos que são essenciais. Ainda há muita insegurança alimentar no país e essa reforma veio para trazer esperança de um Brasil fora do mapa da fome. No caminho dos avanços relacionados à reforma, atualmente, a reivindicação do setor supermercadista é que a inclusão das carnes na Cesta Básica Na-

cional isenta de impostos seja mantida no texto do Senado Federal, como uma medida essencial para promover a segurança alimentar, combater a fome e a desigualdade social, e melhorar a qualidade de vida das famílias brasileiras.

### **O RS ainda vive o boom dos atacarejos, é um formato que continua se expandindo no mercado gaúcho. Mas alguns analistas avisam que a saturação deve chegar em breve. O que o senhor pensa a respeito? Quais os formatos de loja que parecem mais promissores para os próximos anos?**

O varejo alimentar é dinâmico e os consumidores são cada vez mais exigentes. Vimos avanços em novos formatos, como a chegada dos hipermercados, dos clubes de compras, dos atacarejos, que continuam oferecendo preços mais baixos para consumidores que buscam menos serviços e mais economia, e acompanhamos, mais recentemente, o surgimento dos formatos de proximidade, das lojas de condomínio, do *e-commerce* e de outras propostas para levar experiência de compra e comodidade ao consumidor. Independentemente do formato, acredito que o futuro – e o presente – seja focar no consumidor. Empresas que busquem atender as demandas por praticidade, por produtos específicos e de qualidade, por sustentabilidade e competitividade, com experiências de compra única e fluida, estarão bem-posicionadas para o futuro. Uma certeza para os próximos anos é que se o consumidor muda, nós também devemos mudar.

### **O setor supermercadista atingiu R\$ 1 tri em faturamento, segundo o Ranking Abras 2024. Quais as práticas de gestão que estão alavancando os resultados das principais redes brasileiras?**

O setor supermercadista brasileiro tem uma característica forte de descentralização, ou seja, para compor 60% do setor são necessárias mais de 1.250 empresas supermercadistas. Isso gera uma competitividade benéfica que alcança os mais de 30 milhões de consumidores que passam diariamente nas mais de 414 mil lojas do

# O FUTURO E A TECNOLOGIA EM UM ÚNICO PRODUTO!

 **Insetimax**  
Indústria Química

**Ouro**  
**Garden**  
Fertilizantes



**APONTE A CÂMERA E SAIBA MAIS!**



setor. E é neste cenário que as principais redes de supermercados no Brasil têm alcançado resultados expressivos por meio de diversas práticas de gestão eficazes. Entre essas práticas, sem dúvida, está o investimento em inovação tecnológica, incluindo sistemas de automação de processos e inteligência artificial, que ajudam a otimizar operações, melhorar a experiência do cliente e aumentar a eficiência. E junto a isso, as redes supermercadistas estão focadas em oferecer uma experiência de compra superior, com atendimento personalizado, layouts de loja atraentes e serviços diferenciados. A adoção de práticas sustentáveis também tem sido um ponto chave, com a otimização de processos logísticos e o apoio a fornecedores locais. Outro fator importante é a diversificação de produtos, que inclui a ampliação do portfólio para atender a diferentes necessidades e preferências dos consumidores.

**No recente Fórum da Cadeia de Abastecimento, discutiu-se a substituição do prazo de validade nos produtos pelo conceito de *best before*. No que consiste isso e que vantagens traria?**

Esse conceito estabelece um prazo preferencial para o consumo seguro do alimento, de acordo com as características e as condições de cada

produto, em vez de um prazo rígido de validade. A implementação do “*Best Before*” traz várias vantagens significativas. Primeiramente, ajuda a reduzir o desperdício de alimentos. No Brasil, aproximadamente R\$ 3 bilhões são desperdiçados anualmente por vencimento do prazo de validade dos produtos. A adoção do conceito de “*Best Before*” poderia reduzir esse desperdício em até 10%, segundo a FAO. Além disso, a flexibilidade proporcionada pelo novo modelo permite que produtos próximos da data “*Best Before*” ainda possam ser comercializados com segurança, permitindo melhor gestão de estoques e menos necessidade de descartar produtos. Isso incentiva a inovação e a adaptação de práticas no varejo alimentar para gerenciar produtos de forma mais eficiente e sustentável. Para os consumidores, a modernização do sistema de validade significa menos desperdício doméstico, pois são menos propensos a descartar produtos que ainda são seguros para consumo. A adoção desse conceito é uma medida estratégica que alinha o Brasil às melhores práticas internacionais.

**Sempre que se fala do futuro do varejo supermercadista, a tecnologia e a robotização ganham destaque. O que podemos dizer em relação às pessoas, às equipes de loja? Quais as transformações que se avizinham neste campo?**

Apesar de todo avanço tecnológico, as pessoas e as equipes continuam a ser o coração do varejo alimentar. A tecnologia pode fornecer ferramentas poderosas, mas são os profissionais qualificados que interpretam os dados, tomam decisões estratégicas e implementam as melhores práticas. São as pessoas que fazem acontecer e elas são essenciais para se entender as nuances do comportamento do consumidor, fornecer atendimento personalizado e construir relações de confiança. Os consumidores valorizam o toque pessoal e o atendimento personalizado que só uma equipe bem treinada pode oferecer. A expertise das pessoas é o que realmente impulsiona o sucesso e a eficiência do setor. A sinergia entre tecnologia e recursos humanos são chaves para alcançarmos um equilíbrio sustentável.





# Brownie DE TAPIOCA



📍 EM IVOTI - RS DESDE 1999

## CLAUDIO BIER ASSUME FIERGS

No dia 18 de julho, Claudio Bier assumiu oficialmente a presidência da Federação e do Centro das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs/Ciergs). A cerimônia para mais mil pessoas foi realizada na sede da entidade, em Porto Alegre. Seu mandato, sucedendo Gilberto Peiry, vai até 2027. O novo presidente pediu agilidade dos governos no auxílio ao Rio Grande do Sul, atingido pelas enchentes. "Precisamos de apoio rápido e eficaz. Não é favor. É justiça. Não estamos pedindo esmola e nem privilégios." O governador Eduardo Leite e o ministro da Secretaria Extraordinária para Apoio à Reconstrução do Rio Grande do Sul, Paulo Pimenta, estavam presentes.



Divulgação/Fiergs

## CIA. ZAFFARI ACELERA INVESTIMENTOS

Um total de R\$ 1,5 bilhão será o investimento da Cia. Zaffari em empreendimentos localizados em Porto Alegre, Região Metropolitana e São Paulo, até o final de 2025. O planejamento estratégico prevê a abertura de 11 novas lojas, sendo 6 na capital, 3 nas cidades vizinhas e uma na capital paulista, além do início das obras de infraestrutura no loteamento Boulevard Germania, em Novo Hamburgo. As operações vão gerar mais 2,3 mil empregos diretos. No dia 27 de junho, foi inaugurado o Cestto Atacadista da Av. Wenceslau Escobar, em Porto Alegre, representando R\$ 114 milhões aplicados. A loja tem 10 mil itens de *mix*, 37 *check-outs* e mais de 280 vagas de estacionamento.



Divulgação/Cia. Zaffari

## DOAÇÕES DE LIVROS PARA ESCOLAS DE PORTO ALEGRE

A Cia. Zaffari lançou, em julho, uma campanha de doações de livros, visando a ajudar na recuperação do acervo de obras infanto-juvenis das escolas municipais de Porto Alegre. O projeto estima garantir o acesso à leitura e à educação de milhares de crianças, que ficaram sem suas bibliotecas devido às fortes chuvas que atingiram o Estado nos últimos meses. Para que a iniciativa seja um sucesso, todas as lojas da rede Zaffari e Bourbon estarão equipadas com caixas para as doações que serão destinadas às escolas.

## BOVINOS SÃO PREFERÊNCIA NO CONSUMO DE PROTEÍNAS

Quando o assunto é orçamento familiar, 36% do total é destinado ao consumo de alimentos e bebidas dentro de casa. Nesse contexto, as proteínas comprometem 32% deste orçamento, sendo as carnes bovinas as mais escolhidas (35% deste montante). Os dados mais recentes da Kantar também apontam que, entre os compradores de carne bovina, os cortes de acém e coxão mole são os mais relevantes em consumo. A proteína está presente em 89% dos lares, com um incremento de +4,2% de novas ocasiões de consumo nas refeições caseiras.



Divulgação/Cotriel

## COTRIEL RECEBE VISITAS CATARINENSES

Em 12 de junho, diretores da Rede Passarela de Supermercados, de Santa Catarina, visitaram as instalações da Cotriel, em Espumoso. O roteiro iniciou pelo frigorífico, onde conheceram o processo de produção dos cárneos da Linha Rio do Sol. "Foi uma visita importante, uma vez que a empresa quer ampliar sua atuação no Estado e enxerga a cooperativa como importante aliada, podendo adquirir uma gama maior de produtos das nossas marcas próprias", destacou o assessor de Agronegócios Antonio dos Santos. O Grupo Passarela é o 5º maior do setor de Santa Catarina e o 45º do Ranking Abras 2024.

# Italac<sup>®</sup>

## Rio Grande do Sul

Com orgulho, fazemos parte da história de **Passo Fundo e Tapejara**, gerando empregos e levando produtos de qualidade para todos os cantos do país.



*Italac, Passo Fundo*



*Italac, Tapejara*

*#Láemcasatem*

## ABRAS NA DEFINIÇÃO DA CESTA BÁSICA NACIONAL

A discussão sobre a composição da Cesta Básica Nacional de Alimentos segue com toda a força. Na abertura da Apas Show, em 13 de maio, o presidente da Abras, João Galassi, compartilhou uma lista de alimentos que deveria ter alíquota zero. Um grupo garantido são as proteínas de origem animal (carnes, peixes, leites e queijos). Galassi deixa claro que itens que já contam com isenção de tributos permaneceriam na lista, como ovos, hortaliças, frutas e legumes. A relação terá uma seção especial dedicada a alimentos de consumo regional, como a farinha de mandioca, o charque, a tapioca, o açaí e o mate.



©iStock.com/OlenaMkhaylova

## SETOR DE BELEZA E CUIDADOS DEVE CRESCER 7% AO ANO ATÉ 2027

O mercado brasileiro de beleza e cuidados pessoais deve crescer em média 7,2% ao ano. Em 2027, chegará ao faturamento na casa dos 40 bilhões de dólares, segundo uma projeção realizada pela Redirection International, assessoria especializada em previsões de trajetórias futuras para o setor. Atualmente o Brasil é o quarto maior mercado consumidor do mundo, movimentando 26,9 bilhões de dólares em 2022, segundo informações da Associação Brasileira da Indústria da Higiene Pessoal.

## CARREFOUR CONGELA PREÇOS NO RS

Os itens de primeira necessidade em todas as lojas do Grupo Carrefour Brasil no Rio Grande do Sul tiveram os preços congelados de 1º de maio a 30 de junho. A medida, tomada para amenizar os efeitos das enchentes, envolveu os seguintes itens: arroz, feijão, café, água, absorvente feminino, fraldas, água sanitária, desinfetantes e limpadores de piso, ração para animais, cobertores, colchões e roupas de inverno.

## COTRISAL DOA MAIS DE 25 TONELADAS DE PRODUTOS

A Cotrisal destinou dois caminhões carregados com mais de 25 toneladas de água, produtos de limpeza e alimentos não perecíveis para a distribuição pela Defesa Civil de Passo Fundo, no auge das enchentes gaúchas. O órgão público realizou a distribuição conforme demanda dos municípios atingidos. Ainda em maio, foram conhecidos os contemplados do 1º Sorteio Tempo de Sorte Cotrisal 2024, que foi realizado de maneira presencial e contou com grande público no estacionamento do atacado da cooperativa, no Bairro Vicentinos, em Sarandi. O ganhador do 1º prêmio, um automóvel T-Cross Total Flex 0 Km, foi o consumidor Felipe Lorini.



Reprodução/Cotrisal

## STOK CENTER DA ASSIS BRASIL REABRE APÓS 40 DIAS

A loja do Stok Center, bandeira de atacarejo da Comercial Zaffari, localizada na Avenida Assis Brasil em Porto Alegre, foi reaberta em 14 de junho, depois de ficar 40 dias fechada em virtude das inundações. Durante muitos dias, a loja se manteve com o nível de água acima de um metro e meio, ocasionando a perda de toda a mercadoria e grande parte do mobiliário e equipamentos. O acesso terrestre ao Stok Center da Assis Brasil só foi possível na última semana de maio, quando iniciaram os trabalhos de recuperação. Além do Stok Center da Assis Brasil, a loja de Esteio e o Centro de Distribuição em Nova Santa Rita também sofreram prejuízos com as inundações. Todos já estão abertos.



**FORTBRAIN**  
Receita de Lealdade

**Venha conhecer as novidades para o mundo PET!**



**Venha nos visitar na AGAS 2024,  
estandes 204 e 205.**

**BRAIN PLUS**  
PREMIUM ESPECIAL

**Fãmil**  
Premium

**Mimo's**

**LuxBrain**

**kiara**

**FORT BIRD**

**Dodi**

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

(51) 3563-3060

Av. Capivara, 2011 - Ivoti / RS [@fortbrain\\_oficial](https://www.instagram.com/fortbrain_oficial) [fortbrain](https://www.facebook.com/fortbrain)

## AGAS E ABRAS FAZEM DOAÇÃO DE EQUIPAMENTO

Sensível à situação de calamidade no Rio Grande do Sul, atingido pelo maior desastre climático de sua história, a Agas realizou uma série de ações em prol das vítimas gaúchas e, também, da recuperação do Estado. Uma delas foi oficializada na manhã de 12 de junho, com a entrega de um drone importado, de última geração, para as forças policiais de Bento Gonçalves. O equipamento, um drone modelo DJI Matrice 30T, foi integralmente adquirido e doado pela Agas, com valor de R\$ 93 mil viabilizado graças a uma mobilização nacional feita em parceria com a Associação Brasileira de Supermercados (Abras).

## UNIDASUL PRIORIZA CONTRATAÇÃO DE PESSOAS ATINGIDAS PELAS ENCHENTES

A UnidaSul, *holding* que administra o Rissul e o Macromix Atacado, destinou parte das vagas de emprego em aberto para a contratação prioritária de pessoas atingidas pelas enchentes. Foram mais de 70 oportunidades em aberto para o Centro de Distribuição da empresa em Esteio e para a unidade do Macromix na Avenida Thomaz Edison, 2598, no bairro Scharlau, em São Leopoldo. “Estimular a contratação de pessoas atingidas pelas chuvas é uma das formas mais efetivas de ajudar nosso Estado, pois é através do emprego e da renda que a população mais afetada poderá reconstruir suas vidas”, afirma o presidente da UnidaSul, Augusto De Cesaro.

## SUPERMERCADOS GUANABARA: INCLUSÃO NO MERCADO DE TRABALHO

Uma reportagem de GZH ressaltou o trabalho que os Supermercados Guanabara, de Rio Grande, faz para a construção de equipes inclusivas. Com o título “Inclusão no mercado de trabalho: mais respeito e dignidade profissional”, o texto trouxe a palavra do gerente de Recursos Humanos da empresa, Gustavo Leivas. “A inclusão de pessoas com deficiência (PCDs) é uma grande oportunidade para fortalecimento da marca. O ambiente de trabalho muda significativamente, pois as pessoas tornam-se mais solidárias, humanas e empáticas. É muito bom quando recebemos *feedbacks* positivos das famílias, dos colegas e dos clientes.”

## ATACADÃO REABRE APÓS 38 DIAS

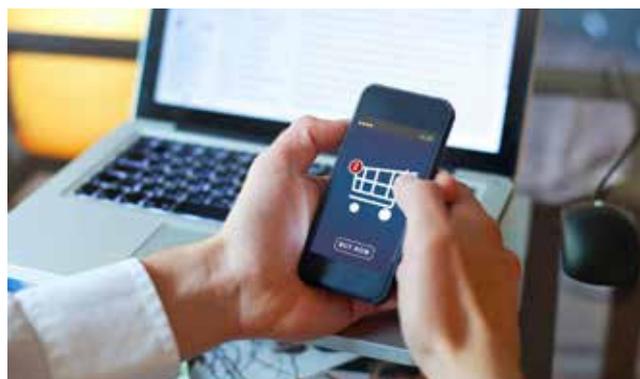
Após passar semanas de portas fechadas, devido às fortes chuvas e enchentes que devastaram diferentes cidades do Rio Grande do Sul, o Atacadão reabriu em Canoas no dia 10 de junho. “Nossa loja precisou ser fechada no dia 2 de maio e conseguimos reabri-la, graças ao empenho, união e trabalho em equipe dos colaboradores, aos quais agradeço a dedicação e entrega para que pudéssemos nos reerguer. Aos poucos vamos retomando a rotina”, declarou o CEO do Atacadão, Marco Oliveira, em suas redes sociais.

## ASUN INAUGURA LOJA EM CACHOEIRINHA

O Asun Supermercados realizou o coquetel de inauguração da sua nova loja em Cachoeirinha, no dia 8 de julho. A unidade, na Av. Flores da Cunha, 823, representa um investimento de R\$ 8 milhões. O empreendimento conta com cerca de 4 mil m<sup>2</sup>, sendo 2 mil m<sup>2</sup> de área de vendas, gerou 150 oportunidades de emprego e tem 50 vagas de estacionamento para os seus clientes. Essa é a 40ª loja do grupo.

## ABANDONO DE CARRINHOS NO E-COMMERCE CHEGA A 82%

Um levantamento da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico estima que o segmento vai alcançar faturamento de R\$ 205 bilhões em 2024. Mesmo assim, há um fenômeno que ainda tira o sono dos varejistas: a alta taxa de carrinhos abandonados no *check-out*. Isso significa que muitos potenciais clientes chegam até o final de sua jornada de compras, mas desistem de seus itens. De acordo com pesquisa da E-commerce Radar, no Brasil esse índice chega a 82%. As causas mais apontadas para o problema são o excesso de etapas para se fechar uma compra e a preocupação com a segurança dos dados por parte dos usuários.



# A AZULZINHA QUE FAZ SEU NEGÓCIO CRESCER



16g PROTEÍNA

4,8g FIBRAS ALIMENTARES

ZERO GORDURAS TRANS

ZERO SÓDIO

100% SUCESSO

VISITE-NOS NA EXPOAGAS 2024

20 A 22 DE ABRIL

Confira também:



Circuito de Negócios I  
Estande 206 / 207  
Rua V / Rua T  
Segundo Andar

Entre em contato!

 [www.produtosmaisrs.com.br](http://www.produtosmaisrs.com.br)  
 (51)9996-0356  
 [produtosmais.corp](https://www.instagram.com/produtosmais.corp)  
 [senhoralfajor](https://www.facebook.com/senhoralfajor)

## PIX POR APROXIMAÇÃO PARA 2025

A partir de fevereiro de 2025, os correntistas poderão fazer o Pix por aproximação. É o que anunciou em julho o Banco Central (BC). A autoridade monetária e o Conselho Monetário Nacional (CMN) editaram novas regras para ampliar o *open finance*, compartilhamento de dados entre as instituições financeiras, e permitir a modalidade. Por meio do Pix por aproximação, o correntista poderá fazer a transferência instantânea sem sair do ambiente de compras on-line e ir para o aplicativo do banco. Os testes começarão em novembro.



©iStock.com/Marcio Binow da Silva

## CESTA BÁSICA ENCARECE EM TODAS AS CIDADES

A cesta básica registrou alta em todas as cidades do Brasil no primeiro semestre. De acordo com o Dieese, os percentuais variam entre 4,29%, em Vitória, e 10,62%, em Fortaleza. Esse percentual de junho foi puxado pelos preços de produtos como a batata inglesa, que teve aumento de 9% em comparação com o mês anterior. A maior alta na cesta básica foi no Sudeste, com aumento de 1,7%, passando de R\$125,30 em maio para R\$127,44 em junho. Já a maior redução foi no Sul, com queda de 2,27%, passando de R\$129,05 em maio para R\$126,13 em junho.

## PROGRAMA DE DIVERSIDADE E INCLUSÃO

A Comercial Zaffari apresentou em julho o *Programa Mozaico: A Diversidade nos Completa*. O objetivo principal do programa é promover a equidade e igualdade de oportunidades para todos os membros da rede, independentemente de origem étnica, cultural, religiosa, gênero, orientação sexual, deficiência ou qualquer outro fator característico. De acordo com o diretor de RH, Wladimir Vieira, a empresa quer reafirmar seu compromisso com as pessoas, reconhecendo que cada indivíduo traz consigo história, experiências e habilidades únicas.



Divulgação/Bistek

## BISTEK FAZ FEIRA DE VINHOS E QUEIJOS

Nos dias 5 e 6 de julho, a unidade do Bistek Nilo Peçanha promoveu uma degustação de 50 rótulos de vinhos e de mais de 200 tipos de queijos, charcutaria, pães, pizzas, chocolates e outros produtos. Foi a Wine Cheese Bistek, evento com entrada gratuita para apresentação dos rótulos importados exclusivos da adega local. A feira ainda contou com uma programação de mini *talks* com temas como fermentação de pães, vinhos importados e países de origem, harmonização com cafés e chocolates, entre outros. A programação gastronômica também teve show gratuito com Serginho Moah, do Papas da Língua.

## DESCO ATACADO REINAUGURA TODAS AS LOJAS

O Grupo Imec reinaugurou todas as lojas do Desco no mês de julho. A bandeira



agora é somente atacado, e não mais super e atacado. As ações promocionais iniciaram no dia 4 de julho e seguiram até 31 de julho, de forma simultânea em todas as unidades. Mais de 800 itens foram ofertados no período. Para o segundo semestre, está prevista a inauguração da loja Desco em Lajeado, que está sendo construída ao lado da atual, na Avenida Senador Alberto Pasqualini, 659. Haverá aumento de empregos, com o quadro passando de 71 para 127 colaboradores. A área de vendas terá aproximadamente 2.600 m<sup>2</sup>, um aumento de mais de 1.150 m<sup>2</sup> em relação à loja atual. O novo Desco contará com 18 *check-outs* e 130 vagas de estacionamento, das quais 69 serão cobertas.

## STOK CENTER TERÁ LOJA EM TORRES

O Stok Center, atacarejo da rede Comercial Zaffari, vai inaugurar uma nova loja em Torres, no litoral norte gaúcho. A unidade abrirá suas portas ao público no dia 20 de agosto. Localizada na Av. Castelo Branco, 2380, Bairro São Jorge, a nova loja do Stok Center em Torres apresenta mais de 13 mil m<sup>2</sup> de área total. Os clientes terão à disposição 34 caixas de atendimento e 363 vagas de estacionamento, que incluem vagas cobertas para carros, motos e bicicletas. Esta será a 33ª loja da bandeira e a 43ª da companhia, que é a 2ª maior rede de supermercados do RS.



Divulgação/Stok Center

## GRUPO DIA SAI DO BRASIL EM DEFINITIVO

O Grupo Dia conclui a venda de 100% de suas operações no Brasil para a MAM Asset Management, pertencente ao Banco Master, após autorização das entidades financeiras do país. A rede anunciou no dia 31 de maio a venda de seu negócio no país. Em março, a empresa já havia apresentado um pedido de Recuperação Judicial após um processo de reestruturação. A saída é decisão tomada após os persistentes resultados negativos. O Dia decidiu fechar 343 lojas e 3 CDs para tentar trazer maior estabilidade à sua operação enquanto aguarda a definição de novas estratégias. A venda teve um preço simbólico de módicos 100 euros.

## BRASILEIRO USA CADA VEZ MENOS DINHEIRO FÍSICO

O pagamento em dinheiro físico está em desuso pelos brasileiros. De acordo com a pesquisa realizada pela Wordplay, o dinheiro em espécie representava 48% dos pagamentos em 2019. Entretanto, em 2023, o número caiu para 22%, e a projeção é que, em 2027, seja ainda menor: apenas 12%. O estudo revelou que o Brasil está mais avançado do que o Japão e a Alemanha na digitalização de pagamentos. Entre cartões de crédito e débito, carteira digital, Pix e QR-Code, são várias as formas de pagamento disponíveis que não exigem a troca de cédulas e moedas.



Divulgação/Carrefour

## CAMPANHA PUBLICITÁRIA COM IA

O Carrefour é a primeira empresa do setor de varejo alimentar a lançar uma campanha 360° criada com Inteligência Artificial (IA) Generativa Adobe. A iniciativa foi feita para o Dia das Mães, como forma de avançar na jornada de inovação da companhia. Para isso, a House Carrefour, time interno de marketing, usou a IA Generativa da Adobe – o Adobe Firefly – para elaborar e apresentar uma persona única que se conectava com o público nacional em diversos pontos de contato, tanto no *e-commerce* quanto nas lojas físicas, integrando todo o ecossistema da marca.

## UNIDASUL ABRIRÁ NOVO RISSUL EM NOVO HAMBURGO

A UnidaSul, *holding* que administra o Rissul, vai abrir uma nova unidade da rede de supermercados na rua Bento Gonçalves, 480, esquina com a Rua Jahu, no Bairro Pátria Nova, em Novo Hamburgo. A prefeitura da cidade autorizou o início das obras. Esta será a 35ª loja da rede no RS e a quarta no município. A filial está prevista para inaugurar ainda no segundo semestre e já iniciará a operação com o novo conceito da marca, "*Prazer em fazer você feliz*", que conta com uma série de mudanças, como a fachada, totalmente renovada, até o fluxo interno de compras, entre outras novidades.

## GLOSSÁRIO

### DISRUPTIVO: É UM TERMO DO UNIVERSO DA INOVAÇÃO

Disruptivo é a noção de algo que cria uma mudança, um antes e depois, de uma forma muito abrupta. Ou seja, tem efeitos muito grandes e normalmente em um curto espaço de tempo. Por exemplo: o Netflix criou uma inovação disruptiva com a plataforma paga de streaming de filmes, que liquidou com as locadoras de DVDs.



# Transformação digital da cadeia de abastecimento

Tecnologia que faz a gestão da compra, recebimento, níveis de estoque e distribuição de mercadorias do seu negócio, integrado ao ERP que você já utiliza.



## nexello COMPRA

Troque a estratégia de compras do seu negócio por recomendações inteligentes integradas ao seu ERP.



## nexello SUPRE

Planeje a distribuição e o recebimento de mercadorias nas lojas, de forma inteligente e estratégica.



## nexello ORGANIZA

Gestão do recebimento de mercadorias automatizada e mais eficiente. Saiba quem, quanto e quando irá receber.



# nexello PORTAL

Para fornecedores e varejistas  
trabalharem simultaneamente.

Um sistema completo para otimizar  
o fluxo da sua cadeia de abastecimento.

A verdadeira solução para eliminar  
de vez os problemas do dia a dia  
de fornecedores e varejistas.

Pagando bem menos do que se imagina,  
o Portal integra e simplifica todo  
o processo de compra e entrega  
com muito mais eficiência.

**Saiba mais sobre  
as nossas soluções.**



Visite  
[www.nexello.com.br](http://www.nexello.com.br)

Aponte a câmera do seu  
celular e **saiba mais.**

## GESTÃO DE CARRINHOS E CESTOS

A gestão eficiente dos carrinhos e cestos é crucial para proporcionar uma experiência de compra agradável e melhorar a eficiência operacional. Se bem-organizados, eles aumentam a satisfação geral dos consumidores

### **Q** QUANTIDADE NECESSÁRIA

Cinco fatores precisam ser avaliados na hora de decidir o total de carrinhos que serão comprados para um supermercado. São eles: perfil do supermercado, metragem do estabelecimento, espaço dos corredores, quantidade de *check-outs* e espaço para armazenamento. “No varejo, as compras tendem a ser menores, permitindo o uso de carrinhos que percorram bem corredores mais estreitos. Por sua vez, mercados do tipo ‘atacarejo’ ou atacado atraem um público mais interessado em compras maiores. De modo geral, a indústria indica um cálculo padrão de um carrinho para cada 10 metros quadrados de área de venda de produtos ou 10 carrinhos para cada *check-out*”, explica o consultor de varejo Francisco Avelar.



### **H**IGIENIZAÇÃO

Na pandemia, havia muita ênfase na higienização constante de carrinhos e cestos com álcool-gel. Ainda que o pior tenha passado, é bom manter um certo padrão de cuidado. A recomendação é de que esses equipamentos sejam limpos e desinfetados pelo menos uma vez ao dia. Em primeiro lugar, os carrinhos e cestos devem ser limpos com uma solução de água e detergente. Em seguida, eles devem ser desinfetados.



### **!** ESTRATÉGIAS DE ORGANIZAÇÃO

É importante posicionar os carrinhos de forma estratégica, de modo que estejam facilmente acessíveis aos clientes. Não há muito mistério no que precisa ser feito, basicamente. Carrinhos precisam ser facilmente encontrados em pontos da(s) entrada(s) e no estacionamento. Cestinhos podem ficar perto da porta ou logo após, no trânsito normal do início de uma jornada de compras. Outra exigência é agrupá-los por tipo e tamanho. Além disso, separar os carrinhos de criança dos carrinhos de tamanho regular pode ajudar a evitar confusões e facilitar a localização dos carrinhos corretos.



## MONITORAMENTO CONTÍNUO

Um problema comum enfrentado pelos supermercados é a falta de carrinhos ou cestinhos disponíveis para os clientes. Para evitar essa situação, é importante implementar um sistema de monitoramento contínuo dessa disponibilidade, num esforço de equipe. “Nos momentos de grande fluxo, pode ocorrer de acumularem-se cestos perto dos caixas e carrinhos no estacionamento ou soltos na área de saída. Outra ocorrência menos comum, mas à qual é importante estar atento, é o abandono desses equipamentos no corredor”, lembra o especialista. Quem monitora câmeras de segurança pode ajudar também.



©iStock.com/Wongsakorn Napaeng



## INOVAÇÕES EM CURSO

Uma área que está vendo avanços significativos é a tecnologia de carrinhos. Em seu começo, eram cestas de arame sobre rodas, e hoje estão se tornando ferramentas sofisticadas equipadas com recursos inteligentes e elementos interativos. O futuro aponta para versões com sensores e conectados a redes de lojas podem fornecer dados em tempo real sobre o comportamento do cliente, localização do carrinho e níveis de estoque. Esses carrinhos podem guiar os clientes pela loja, sugerindo rotas ideais com base em suas listas de compras e garantindo uma experiência de compra perfeita. Há também recursos de autoatendimento integrados, como leitores de compras e terminais de pagamento.



## SISTEMA DE RASTREAMENTO

O furto de carrinhos pode ser uma incomodação para certas lojas. Outras enfrentam não o furto, mas a perda do equipamento que foi levado para longe (até a casa do comprador) sem permissão e sem retorno. “Muitas lojas perdem dezenas deles ao longo de um ano, gerando prejuízo grande. Se esse problema está gerando muita dor de cabeça e despesas extras não planejadas, pode-se implementar um sistema de rastreamento de carrinhos, que utiliza tecnologia de localização por sensor em tempo real”, conta Avelar. Dessa forma, é possível identificar rapidamente quando um carrinho está fora dos limites do supermercado e tomar as medidas necessárias para recuperá-lo.



©iStock.com/Madrolly



## MANUTENÇÃO REGULAR

Realize inspeções regulares para garantir que todos os carrinhos e cestos estejam em boas condições. Substitua ou conserte os que estiverem danificados. A manutenção dos carrinhos de supermercado é essencial para garantir sua durabilidade e funcionamento adequado. Rodas desgastadas, mal fixas ou travadas e alças quebradas são as intercorrências mais comuns, dado uso frequente de tais objetos. A manutenção deve vir acompanhada de atenção ao piso da loja e suas rampas, pois estes são os maiores causadores de problemas para a rotação, além do mau uso.

## PROJETO INTEGRAÇÃO

PATROCÍNIO



# VISITAS TÉCNICAS

# N

o dia 26 de julho, o Agas Jovem promoveu mais uma de suas jornadas de visitas técnicas, indo a Presidente Lucena, conhecer o processo fabril do frigorífico Ave Serra, e a Ivoti, onde está a sede da destilaria Weber Haus. Além de fortalecer as parcerias comerciais existentes e fomentar novas, as atividades do grupo de sucessores proporcionam oportunidades de troca de experiências com colegas do setor.

Para o supermercadista Marcos Sasset, dos Supermercados Sasset (quatro lojas em Tapejara e uma em Ibiaciá, 120 funcionários, 25 anos de atividade), foi uma ótima experiência conhecer como

funciona a produção das mercadorias que são vendidas nas lojas. “Podemos perceber que essas grandes empresas funcionam de forma parecida com as nossas, em família”, declara.

Nas palavras de Bruna Baggio, do Max Center (cinco lojas em Alvorada, Porto Alegre e Viamão, 600 colaboradores, 17 anos de atividade), as visitas foram incríveis. “É fascinante poder conhecer de perto as indústrias que vemos apenas nos pontos de venda e acompanhar o processo de produção dentro da fábrica. Conseguimos apreciar ainda mais os produtos que negociamos e vendemos, certificando-nos da qualidade envolvida em cada etapa da fabricação. Fomos recebidos calorosamente”, garante.

**Grupo de jovens supermercadistas visitou as instalações de Ave Serra e Weber Haus, em mais uma ação para aproximar indústria e varejo**

### PALAVRA DOS ANFITRIÕES

Segundo o diretor-administrativo da Ave Serra, Roberto Luiz Kehl, receber a comitiva do Agas Jovem foi uma experiência enriquecedora: “Fizemos trocas de informações, experiências e conhecimento. Pudemos mostrar um pouco mais sobre a nossa forma de trabalho e foi gratificante confirmar que a percepção que eles tinham a respeito da marca e nossos valores foi reafirmada nessa visita”, relata. “Foi ainda mais especial, pelo fato da nossa nova geração do conselho de sócios ter trocado experiências com a também nova geração de supermercadistas.”

Evandro Weber, sócio-diretor da Weber Haus, afirma que é importante que os supermercadistas conheçam o processo local de produção e o cuidado com a qualidade na multipremiada empresa. “O grupo pode conferir um



Divulgação/Agas



pouco dos nossos 75 anos de tradição e história e essa iniciativa nos aproxima. Eles percebem quais são as nossas dificuldades na indústria e traçam paralelos com as suas próprias nos supermercados. Há uma sincronia”, conclui.

#### SAIBA MAIS

● **AVE SERRA:** Marca dos cortes de frango da Granja Pinheiros, empresa familiar do ramo da avicultura com 43 anos de atividade. A indústria conta com cerca de 1.300 colaboradores e com mais de 150 parceiros integrados de vários municípios gaúchos e catarinenses.

● **WEBER HAUS:** Fundada em 1948, a Weber Haus produz cachaça, vodka, rum, gin, licor e bebidas mistas. Com mais de 150 prêmios na bagagem e produção 100% orgânica, a empresa é dona de marcas como Primavera, Rota 48, Antiqua, 30 Luas e Velho Pescador.




---

**Com destino a Presidente Lucena e Ivoti, grupo de supermercadistas conheceu de perto duas indústrias gaúchas**

---

## OPORTUNIDADES DE EMPREGO E EMPREENDEDORISMO

Como parte da meta de capacitar 150 mil pessoas até 2030, a M. Dias Branco lançou o Programa Alimentando Sonhos, que promove oportunidades de emprego e empreendedorismo na gastronomia, visando ao desenvolvimento de diversas comunidades. Desde julho de 2022 até maio de 2024, a empresa capacitou mais de 20 mil pessoas em oito estados do Brasil, com o apoio de 18 instituições parceiras do terceiro setor. A dinâmica dos cursos é estabelecida por cada instituição, podendo ter 20h ou mesmo 160h de duração.



Divulgação/M. Dias Branco

## CEPÊRA PERSONALIZA 200 KITS

A Cepêra lançou a campanha *No Ponto, Tá Pronto!* para promover sua linha de grãos prontos para consumo, que dispensam o uso de panela de pressão. A iniciativa destaca a praticidade, incentivando os consumidores a economizarem tempo na cozinha e aproveitá-lo em atividades prazerosas. Mais de 200 selecionados receberão kits com produtos e presentes personalizados. A indústria paulista tem 77 anos de atividade.

## BEM BRASIL REVELA CRESCIMENTO

A Bem Brasil, líder em batatas fritas pré-congeladas no Brasil, divulgou seu Relatório de Sustentabilidade 2023, destacando um crescimento de *market share* para 53% e um faturamento 35% maior em comparação a 2022. A produção atingiu 860 mil toneladas e o EBITDA foi de R\$ 750 milhões. A empresa expandiu para novos mercados como Vietnã e México e zerou as emissões do Escopo 2, obtendo o Certificado REC e removendo 34.477,12 tCO<sub>2</sub>e com plantio de eucalipto.



Divulgação/Vinícola Aurora

## COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE REFORÇA AGENDA ESG

A Cooperativa Vinícola Aurora criou o Comitê de Sustentabilidade para coordenar e desenvolver ações e análises de sua estratégia ESG. O grupo é coordenado por Tiago Fronza Frare e inclui diretores e especialistas internos, além de consultores jurídicos. A avaliação de impactos ESG foi finalizada em junho. Os planos de ação devem ser concluídos até agosto e o Relatório de Sustentabilidade deverá sair em 2025. “Temos que olhar atentamente ao que o mercado busca, às mudanças culturais que vivemos e à forma com que nos relacionamos com o meio ambiente”, diz Frare.

## P&G DESTAQUE NA LIDERANÇA DAS MARCAS

A P&G Brasil anunciou uma série de promoções internas estratégicas para fortalecer suas operações no país, envolvendo executivos que iniciaram suas carreiras na empresa. Adotando a política de “promover de dentro”, a companhia valoriza o desenvolvimento profissional interno, reforçando seu compromisso com o Brasil, que é um dos principais mercados globalmente. A empresa conta com um dos portfólios mais fortes de marcas líderes, como Always, Downy, Pampers, Head and Shoulders, Gillette e Pantene.

## REDUÇÃO DA EMISSÃO DE CO<sub>2</sub>

Pelo oitavo ano consecutivo, a Girando Sol recebeu o Certificado de Uso de Energia Renovável da Ludfor Energia Ltda, destacando sua contribuição para uma matriz energética sustentável e a redução de 443 toneladas de CO<sub>2</sub> em 2023. Essa quantia corresponde a 12.245 mudas de árvores conservadas por 20 anos e a 189 toneladas de papel/papelão enviadas para reciclagem. A empresa utiliza energia de fontes renováveis desde 2016, como eólica, solar e biomassa.

## ORQUÍDEA DOA ALIMENTOS AO TREINO SOLIDÁRIO

O Treino Solidário da Corrida Orquídea, realizada em Caxias do Sul em maio, arrecadou alimentos para os afetados pelas enchentes. Com 500 participantes percorrendo 4.480 km, a Orquídea converteu esses quilômetros em 4,5 toneladas de produtos, como massas e biscoitos, que foram doados à Fundação Caxias e à Cruz Vermelha Brasileira. Além disso, o evento arrecadou roupas, ração para *pets* e outros itens, que foram entregues à Cruz Vermelha.

## SEGURANÇA E TRANSPARÊNCIA NOS INGREDIENTES

A campanha *Nananinanão* da Johnson's destaca a segurança e transparência dos ingredientes em produtos de cuidados infantis, destacando a importância de evitar componentes prejudiciais como álcool e corantes. Com a pele dos bebês sendo 30% mais fina, a marca promove a seleção cuidadosa de produtos, com uma cientista demonstrando a diferença entre ingredientes seguros e agressivos em programas da TV Globo. Personalidades como Bianca Andrade e Viih Rocha também amplificaram a mensagem nas redes sociais.

## TIROL ENVIA LEITE PARA O RS

A Lactícínios Tirol, de Treze Tílias (SC), está realizando doações de leite para o Rio Grande do Sul, enviando mais de 150 mil litros até o momento, e subsidiando parcerias com pessoas e empresas locais. A iniciativa reforça o compromisso da empresa em apoiar comunidades em momentos de necessidade e destaca a importância da ajuda mútua em emergências.



Divulgação/Lactícínios Tirol

Se tem limpeza,  
tem Limppano



Divulgação/Limppano

## LIMPPANO COM NOVA IDENTIDADE VISUAL

A Limppano lançou uma nova identidade visual com o mote *Se tem limpeza, tem Limppano*. A nova marca, criada pela Agência Design Absoluto, apresenta um logo minimalista, com um fundo azul e letras brancas. O *rebranding*, que incluiu uma comunicação mais jovem e atual, além do aprimoramento da operação e capacidade produtiva, foi desenvolvido com base em um estudo de mercado conduzido pelas consultorias Keenwork e TM20.

## ESTANDE CHEIO DE NOVIDADES

Na ExpoSuper 2024, a Fruki Bebidas destacou seu centenário com um estande temático e apresentou novos produtos, incluindo águas saborizadas Água da Pedra em lata *s/seek* 350ml, Elev Energy Drink em embalagem 269ml, refrigerantes Fruki em versão 200ml, e a MiniLaranjinha. A Fruki Berga também voltou às prateleiras em versões tradicional e zero. A diretora-presidente Aline Eggers Bagatini enfatizou a importância de estar próxima dos clientes e destacou o crescimento de Santa Catarina.

## COOPERATIVA DÁLIA COMEMORA 77 ANOS

A Cooperativa Dália celebrou 77 anos no dia 15 de junho. Com cerca de 2,6 mil associados e 2,7 mil colaboradores, a cooperativa atua com ração, laticínios, suinocultura e avicultura. O presidente do Conselho de Administração, Gilberto Antônio Piccinini, ressaltou a importância de manter a cooperativa firme e estruturada ao longo das décadas, apesar dos desafios enfrentados por muitas empresas brasileiras, como alta carga tributária e burocracia.



**TODA HORA**  
EM TODO LUGAR



# Nova batata chips Fritz & Frida.

Você não vai conseguir  
parar de comer.



**Chegou uma  
novidade**

irresistivelmente  
cremosa e  
saborosa.

Não é  
exagero.

**É creme  
de avelã  
Fritz & Frida.**



**Fritz & Frida**



## LEI SOBRE LIMITAÇÃO PARA COMPENSAÇÃO TRIBUTÁRIA

A limitação da compensação tributária para créditos oriundos de decisões judiciais transitadas em julgado já vigora como lei. O Diário Oficial da União de 29 de junho publicou a sanção da lei 14.873/24 pelo presidente Lula. A norma tem origem na MP 1202/23. Classificada pelo governo como uma forma de aumentar a previsibilidade das receitas da União, a medida foi editada para tratar do fim da desoneração da folha para 17 setores da economia e para prefeituras. Os limites para a compensação, que podem chegar a 60 meses em caso de créditos que excedam R\$ 500 milhões.

## TRIBUTAÇÃO DO TERÇO DE FÉRIAS NÃO DEVE RETROAGIR

O Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu em junho que a inclusão do terço de férias no cálculo da contribuição previdenciária patronal só vale a partir da publicação da ata do julgamento sobre o tema. A corte atendeu a pedidos de contribuintes para modular a decisão de 2020 que estabeleceu que a incidência da contribuição sobre o terço de férias é constitucional. Foram excluídas da modulação as contribuições já pagas e não questionadas judicialmente até a publicação das atas. Ou seja, esses valores não serão devolvidos à União.

## IRPJ E CSLL INCIDEM EM CRÉDITO COMPENSÁVEL

O Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ) e a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) incidem sobre o valor de crédito tributário compensável após a prévia habilitação pela Fazenda e antes da efetiva homologação. A conclusão é da 2ª Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ), que decidiu o marco temporal para a cobrança dos dois impostos incidentes sobre patrimônio para contribuintes que obtêm decisões favoráveis por terem pago impostos a mais, de forma indevida. Deferida a habilitação do crédito, ele poderá ser posteriormente declarado pelo contribuinte, submetendo-se à homologação.



## SÚMULA SOBRE INCIDÊNCIA DE IPI EM FURTO OU ROUBO

A 1ª Seção do STJ aprovou, na Súmula 671, que não incide o IPI quando ocorrer furto ou roubo do produto industrializado após sua saída do estabelecimento industrial e antes de sua entrega ao adquirente. As súmulas são resumos de entendimentos consolidados nos julgamentos e servem para orientação da comunidade jurídica a respeito da jurisprudência do tribunal. O enunciado foi publicado no Diário da Justiça Eletrônico em junho.



## COMPETÊNCIA DOS AUDITORES PARA EMBARGAR OBRAS

A ministra Maria Helena Mallmann, do Tribunal Superior do Trabalho (TST), homologou manifestação da União que reconhece a competência dos auditores fiscais do Trabalho para interditar estabelecimentos e embargar obras que violam normas de Saúde e Segurança do Trabalho, sem necessidade de autorização do superintendente regional do Trabalho. A homologação resultou de ação civil pública do Ministério Público do Trabalho (MPT). O TST também determinou que a União adapte as normas que disciplinam a inspeção.

## PORTARIA REGULA PRODUTOS CÁRNEOS

No dia 9 de julho, o Inmetro emitiu a Portaria nº 262/24, dispondo sobre a indicação da quantidade líquida de produtos cárneos pré-embalados e de queijos e requeijões, que não possam ter suas quantidades padronizadas e/ou que possam perder peso de forma acentuada. O texto determina que tais produtos, desde que comercializados exclusivamente em envoltórios primários e identificados por cintas ou etiquetas, poderão ser pesados na presença do consumidor. Os produtos pré-embalados cárneos que, por sua natureza, não puderem ter sua quantidade líquida padronizada, deverão ter informados em seu rótulo o peso da embalagem utilizada no produto em comercialização.

Da Magrinha

# 1º BISCOITO RECHEADO

SAUDÁVEL E



SEM LUPAS  
DE ALTO TEOR





## REGRAS PARA ADAPTAÇÃO ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS

O presidente Lula sancionou a Lei 14.904/24, que estabelece diretrizes para a elaboração de planos de adaptação às mudanças climáticas. A nova norma busca reduzir a vulnerabilidade e a exposição a riscos dos sistemas ambiental, social, econômico e de infraestrutura diante dos efeitos adversos das mudanças climáticas. A lei altera e define diretrizes para a criação desses planos de adaptação, como gestão e redução do risco climático, integração de estratégias de mitigação e adaptação e estabelecimento de instrumentos de políticas públicas que assegurem a viabilidade dessas adaptações.

## REEMBOLSO DE ICMS-ST NÃO GERA CRÉDITO DE PIS E COFINS

Os valores despendidos pelo contribuinte substituído a título de reembolso ao substituto pelo recolhimento do ICMS-ST não geram crédito das contribuições ao PIS e Cofins. A conclusão é da 1ª Seção do Superior Tribunal de Justiça (STJ). O enunciado é de observância obrigatória e deverá ser obedecido por tribunais e juízes. A decisão foi unânime, apesar de ser um tema que gerava divergência entre as turmas de Direito Público do tribunal. O caso trata do regime de substituição tributária, no qual o primeiro contribuinte (substituto) recolhe de forma antecipada o ICMS dos demais elos da cadeia de consumo (substituídos).

## NOVAS REGRAS PARA AS IMPORTAÇÕES POR E-COMMERCE

A Receita Federal divulgou, no final de junho, as novas diretrizes para a tributação de produtos importados comprados por meio de *e-commerce*. A principal mudança anunciada diz respeito à aplicação de impostos sobre bens adquiridos por remessas postais e encomendas aéreas internacionais. Compras de até US\$ 50 serão tributadas em 20%. Já para produtos com valores entre US\$ 50,01 e US\$ 3 mil, a taxa será de 60%, com uma dedução fixa de US\$ 20 no valor total do imposto.



## CONCLUÍDA VOTAÇÃO DA REFORMA TRIBUTÁRIA

A Câmara dos Deputados concluiu a votação da regulamentação da Reforma Tributária (PLC 68/24), com várias mudanças em relação ao projeto original, de autoria do Poder Executivo. A proposta foi enviada ao Senado em regime de urgência. O texto fixa os percentuais de redução para vários setores e produtos, além de benefícios tributários, como crédito presumido, reduções de base de cálculo, imunidades, isenções e outros incentivos. Os deputados aprovaram emenda que incluiu carnes, peixes, queijos e sal na lista de alimentos com alíquota zero de Imposto sobre Bens e Serviços (IBS) e Contribuição Social sobre Bens e Serviços (CBS).

## EMPRESAS DO RS PODERÃO PARCELAR DÉBITOS DE ICMS

Para auxiliar na recuperação da economia depois das enchentes, o governo do Estado disponibiliza novas condições para o parcelamento de dívidas do ICMS em até 60 vezes. A medida vale para todos os contribuintes e abrange débitos administrativos e judiciais, junto à Procuradoria-Geral do Estado. Os contribuintes estão dispensados de garantias e da entrada mínima de 6% para adesão ao parcelamento de débitos administrativos em até 60 vezes, incluída a prestação inicial, desde que o pedido seja feito pela internet.

## DECLARAÇÃO PARA PJS QUE UTILIZAM CRÉDITOS TRIBUTÁRIOS

A Instrução Normativa nº 2198/24 criou a Declaração de Incentivos, Renúncias, Benefícios e Imunidades de Natureza Tributária (Dirb). Ela deverá ser apresentada por todas as Pessoas Jurídicas que usufruam dos benefícios tributários contantes do Anexo Único da mesma norma, utilizados a partir de janeiro de 2024. A obrigatoriedade de apresentação da declaração não alcança as empresas do Simples Nacional. Todos os valores informados serão objeto de auditoria interna. A Dirb será elaborada em formulários próprios do Centro Virtual de Atendimento ao Contribuinte, disponíveis no site da Secretaria Especial da Receita Federal.

Pesquisa  
Revista SA+

Ecosistema  
Varejo 2024.

A FORÇA DA  
**MARCA ORQUÍDEA**  
NO SUL DO BRASIL,  
AGORA TAMBÉM  
**RECONHECIDA**  
NO CENÁRIO  
**NACIONAL.**



*Orquídea, a Farinha de Trigo mais lembrada da Região Sul.*

*E agora, também entre as 5 mais lembradas do Brasil.*



@amoprodutosorquidea

## EFICIÊNCIA NAS GÔNDOLAS

**N**

o varejo, entender e aplicar as principais medidas de desempenho é primordial para a prosperidade de um negócio saudável. Nesse universo, há indicadores que fornecem uma base sólida para o princípio de uma gestão eficaz. Quatro se destacam como essenciais: volume de vendas, margem, tíquete médio e giro de estoque. Esses indicadores representam o “feijão com arroz” que uma empresa supermercadista precisa seguir para alcançar sucesso sustentável. Empresas bem-sucedidas utilizam, no entanto, mecanismos de controle e avaliação de resultados.

Nas boas práticas de gestão de supermercados, é fundamental distinguir entre indicadores e métricas, pois não são a mesma coisa. Indicadores, ou KPIs (Key Performance Indicators), são pontos de controle que o varejista escolhe

porque acredita que melhor representam os resultados esperados e exigidos do negócio. Métricas, por outro lado, são as formas e fórmulas utilizadas para calcular esses indicadores. Por exemplo, um indicador pode ser o crescimento de vendas em determinado período (dia, mês, semestre, ano, etc.), expresso em percentual. A métrica para esse indicador seria a fórmula utilizada para calculá-lo

Com isso esclarecido, varejistas sem metas, mas que planejam adotá-las, devem vincular essas metas ao desempenho de gestores e operadores. As metas devem ser baseadas em indicadores iniciais, permitindo que o empresário avalie se os números são positivos ou negativos. Se positivos, pode-se buscar mantê-los ou melhorá-los; se negativos, é necessário estabelecer metas de melhoria para que o gestor responsável as alcance dentro de um prazo determinado.

### INDICADORES DE PERFORMANCE

“Antes de focar nos indicadores, é crucial assegurar a precisão dos números-base, como o Custo da Mercadoria Vendida. Erros como mercadorias não vendáveis sendo incluídas no CMV ou alocações errôneas de mercadorias bonificadas podem distorcer os resultados. Portanto, organizar um excelente Demonstrativo de Resultados do Exercício baseado em um Plano de Contas bem estruturado, preferencialmente por Centro de Custos e de Resultados, é essencial”, explica o consultor Gustavo Fauth.

Ainda segundo Fauth, para uma gestão básica, indicadores padrão incluem vendas, margem, CMV, custo operacional, margem líquida, perdas, verbas, acompanhamento de despesas e impostos,



As métricas de volume de vendas, margem, tíquete médio e giro de estoque são fundamentais para a gestão eficaz de um supermercado

# CHEGOU



# O BISCOITO QUE VIRA OITO



**MAIS FÁCIL  
DE LEVAR  
E MENOS  
DESPERDÍCIO**  
DISPONÍVEL EM  
**8 SABORES**





---

**Antes de focar nos indicadores, é crucial assegurar a precisão dos números-base, como o Custo da Mercadoria Vendida**

---

cobertura de estoques, tíquete médio e valor por tíquete, e conversão do CRM. Para uma gestão de alto desempenho, adicionam-se indicadores como ESG, NPS, ciclo operacional, EBITDA, investimentos, endividamento, giro de estoques, retorno sobre investimentos, retorno sobre ativos, rentabilidade e grau de digitalização da empresa.

#### VOLUME DE VENDAS

O volume de vendas é o primeiro indicador fundamental, refletindo a quantidade de vendas em um período específico. Ele oferece uma visão clara da saúde financeira do supermercado e permite identificar tendências de consumo. Monitorar o volume de vendas continuamente é vital para avaliar o impacto de campanhas promocionais, eventos sazonais e até mesmo crises econômicas. Por exemplo, durante a pandemia, muitos supermercados observaram mudanças drásticas no volume de vendas, o que exigiu ajustes rápidos nas operações. Além disso, comparar o volume de vendas com períodos anteriores ajuda a identificar áreas de crescimento ou declínio, permitindo uma resposta mais estratégica.

#### MARGEM DE LUCRO

A margem, dividida em bruta e líquida, é outra métrica essencial para entender a rentabilidade real do negócio. A margem bruta é calculada subtraindo o custo das mercadorias vendidas (CMV) da receita total, revelando a lucratividade dos produtos antes das despesas operacionais. Já a margem líquida considera todas as despesas, como custos administrativos e operacionais, fornecendo uma visão completa do lucro final.

“Eu jamais posso perder de vista a margem, já que nada adianta oferecer vantagens absurdas promocionais se vendo tudo abaixo da minha margem. Então, tenho que tentar preservar o máximo possível a minha margem de contribuição de forma que meu negócio fique rentável. O ideal é poder gerar o máximo de frequência”, explica Roberto Kanter, professor na FGV e sócio do Idemp Educação.

#### TÍQUETE MÉDIO

O tíquete médio é o terceiro pilar crucial na análise de desempenho. Ele mede o valor médio gasto por cliente em cada visita ao supermerca-

# Saúde®



## Novas embalagens Saúde: O Destaque das Prateleiras

Inovamos mais uma vez! As novas embalagens da Saúde foram desenvolvidas para atrair clientes, destacando-se em qualquer ambiente. Com um design moderno e inconfundível, nossos produtos mantêm a mesma qualidade de sempre. Escolha Saúde e garanta o sucesso das suas vendas.



50 anos de  
qualidade



Parceiro do  
supermercado



Venda  
certa

Entre em contato agora e descubra como  
nossos produtos podem impulsionar suas vendas!

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

**Siol** 50 anos  
alimentos



**O volume de vendas é o primeiro indicador fundamental, refletindo a quantidade de vendas gerada em um período específico**

do e é calculado dividindo-se a receita total pelo número de transações. Entender o tíquete médio ajuda a segmentar a base de clientes e criar estratégias para aumentar o valor das compras. Por exemplo, ações como oferecer promoções “compre mais e pague menos”, criar pacotes de produtos e incentivar a compra de itens de maior valor agregado podem elevar o tíquete médio.

“Nesse pilar, também chamado de estratégia de *upsell*, o supermercadista necessita criar ofertas que estimule o cliente a comprar do mesmo item mais volume. Então, por exemplo, em vez de comprar um *pack* com seis cervejas, oferecer uma vantagem para comprar três *packs* de seis cervejas. Com isso, na prática, o desconto vai ser compensado por um volume maior, que também vai melhorar o giro daquele produto”, ressalta Kanter. Além disso, o treinamento da equipe de vendas para sugerir produtos complementares e utilizar técnicas de *up-selling* e *cross-selling* são eficazes para aumentar o valor das transações.

## GIRO DE ESTOQUE

Por fim, o giro de estoque é uma métrica vital para a eficiência operacional. Ele indica quantas vezes o estoque é renovado em um pe-

ríodo específico, refletindo a eficácia da gestão de inventário. Um alto giro de estoque significa que os produtos estão sendo vendidos rapidamente, o que é positivo para o fluxo de caixa e reduz o risco de obsolescência.

Para calcular essa métrica, divide-se a receita total pelo estoque médio. Manter um equilíbrio saudável entre estoque e vendas é essencial para evitar rupturas e excessos. Um giro de estoque adequado também permite uma melhor negociação com fornecedores, pois demonstra uma boa gestão de inventário e previsões de demanda mais precisas.

Além de tudo isso, para aumentar as vendas, é essencial focar na “Frequência de Conversão”, que significa atrair clientes para a loja, seja física ou virtual. Sem clientes, não há vendas. A principal estratégia deve ser controlar o fluxo de clientes, analisando dados semanais, mensais e horários. “Quanto mais informações sobre a movimentação de pessoas nos diferentes dias e horários, mais fácil será criar ofertas atraentes e uma operação eficiente. Entender a frequência de visitas é crucial, pois, uma vez dentro da loja, as chances de conversão são altas, já que é raro alguém sair de um supermercado sem comprar nada”, finaliza Kanter.

**Ave  
Serra®**

**LANÇAMENTO**

**CORTES SUÍNOS  
TEMPERADOS**



[aveserra.com.br](http://aveserra.com.br)  
[@aveserra](https://www.instagram.com/aveserra)



# RETOMADA PÓS-

# U

FOTO DE ABERTURA: ©iStock.com/scyther5

Um total de pelo menos 378 supermercados foram arrasados pelas enchentes que inundaram centenas de cidades gaúchas em abril e maio, segundo informado à Associação Gaúcha de Supermercados (Agas). Muitas dessas lojas perderam tudo o que tinham, mercadorias e equipamentos. Milhares de trabalhadores do setor ficaram desabrigados. Empregos e empresas foram varridos do mapa. No meio dessa tragédia sem precedentes, a Agas assumiu a liderança de um movimento pela reconstrução do setor, em parceria com fornecedores, outras entidades de classe e autoridades públicas.

Enquanto municípios e bairros permaneciam submersos, a Agas realizou webinars semanais arregimentando forças para combater o desespero e a angústia que se abateram sobre empresários que viram esforços de uma vida

toda levados pelas águas em apenas algumas horas. Os encontros virtuais serviram não apenas como injeções de confiança a todos os presentes, mas foram desencadeadores de ações em cadeia, na certeza de que a reabertura das unidades representa um sinal claro de resistência do povo do Estado.

“Os supermercados, mais uma vez, mostram sua essencialidade. Conseguimos garantir o abastecimento da população mesmo com as dificuldades logísticas impostas. Nossa intenção é contribuir para que todos os elos da cadeia ganhem fôlego para um recomeço nos próximos meses”, explica o presidente da Agas, Antônio Cesa Longo. Na defesa do consumidor, do varejo e da indústria, a associação mobilizou a Associação Brasileira de Supermercados (Abras) e suas regionais numa onda de solidariedade. 100



Centenas de supermercados foram severamente danificados pelas enchentes que assolaram o Estado em abril e maio. A Agas montou uma força-tarefa para que o setor emergisse dessa crise ainda mais forte

# CATÁSTROFE



## Supermercados unidos doaram 100 mil kits de alimentos e limpeza para os desabrigados

mil kits de limpeza e alimentos (açúcar, arroz, biscoito, feijão, massa e óleo) foram distribuídos para os necessitados nesse esforço conjunto das entidades, com custo subsidiado entre Agas e supermercados. Os funcionários das empresas afetadas receberam R\$ 5 mil de auxílio. A Associação Paulista de Supermercados (Apas) doou R\$ 1 milhão para as vítimas das chuvas.

Centenas de fornecedores também atenderam ao chamado. A Ypê doou 10 mil kits de produtos de limpeza a 10 mil famílias; a Girando Sol doou 50 mil kits para a distribuição pela Defesa Civil; os associados da Cooperativa Santa Clara doaram mais de 48 mil litros de leite para 24 instituições assistenciais; a Marquespan abriu sua produção para fornecer gratuitamente pães aos abrigos que acolheram pessoas em Gravataí; a Nestlé entregou mais de 30 toneladas de alimentos e cerca de 500 filtros de tratamento de água à população desabrigada, além de 68 toneladas de produtos destinados à nutrição de bebês e adultos, incluindo alimentos enterais.

### APLICATIVO AJUDA SUL

A Agas, em parceria com a Associação Brasileira de Supermercados (Abras), a Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados (Abad) e a Associação Gaúcha de Atacadistas e Distribuidores (Agad) lançou o aplicativo Ajuda Sul, em maio, no auge da crise climática. A plataforma serviu como central de apoio aos estabelecimentos comerciais atingidos pelas enchentes, para que as indústrias pudessem dirigir melhor seus esforços em prol do setor. Seu desenvolvimento ficou a cargo da Vêplex Sistemas, de Passo Fundo.

Pelo *app*, os empresários cadastraram seus estabelecimentos com fotos do local, relatando a dimensão dos danos sofridos. O banco de dados virou base para direcionar ações de socorro. Qualquer estabelecimento teve a chance de cadastrar, não apenas supermercados, e a entidade de classe foi acionada. O objetivo foi oferecer um lugar seguro para que fornecedores interessados em ajudar os varejistas pudessem acessar informações chanceladas pela Agas e direcionar seus esforços mais assertivamente.

### SELO NOS PRODUTOS

Como forma de ajudar na recuperação da economia do Estado do Rio Grande do Sul, a Agas e a Fiergs criaram o “Selo da Indústria Gaúcha” (veja reportagem na página 108). Essa iniciativa em prol do fortalecimento da economia gaúcha conta com diferentes aplicações publicitárias que o supermercadista pode utilizar na loja. A Abras, juntamente com as associações estaduais supermercadistas de todos o país, incentivou as ações para ajudar a população gaúcha, exatamente como a descrita acima. “Comprar vinhos, carnes, sapatos e arroz produzidos por empresas gaúchas é uma maneira de ajudar as pessoas que passaram por uma situação tão grave no Estado, após enfrentarem chuvas extremas com enchentes nunca vistas na região”, detalhou o presidente João Galassi.

### CINCO FRENTES DE AÇÃO

A Agas criou uma rede de ação colaborativa para estruturar as ajudas necessárias aos afetados pelas enchentes, juntamente com os fornecedores. Essa frente atua por meio de cinco comitês:

# VENHA CONHECER NOSSAS LINHAS DE INCENSOS INDIANOS

A busca interminável da humanidade pela paz interior e harmonia conduziu a uma necessidade de buscar a espiritualidade e todos os produtos que aumentam esses valores espirituais, ganharam estabilidade, ajudando a preencher esta demanda. Nós, da Intimate Incensos e da N. Ranga Rao & Sons, nos orgulhamos em apresentar a você uma faixa nova e total de incensos.



**VENHA NOS VISITAR NA EXPOAGAS 2024  
CIRCUÍTO DE NEGÓCIOS – 2º ANDAR ESTANDE 201  
DIAS 20, 21 E 22 DE AGOSTO**



Edison: [vendas@intimateincensos.com.br](mailto:vendas@intimateincensos.com.br)

Tel: 55 (51) 99733-3250

Rua Imperador Hiroito, 915  
Distrito Industrial da Restinga  
Porto Alegre/RS

social/eventos, comercial, financeiro, equipamentos e comunicação. Cada um desempenha um papel na empreitada de recuperação do setor e das comunidades que as lojas atendem.

O Comitê Social/Eventos, liderado pela psicóloga Angelita Garcia, coordenou as ações da Carreta Agas, com parceria da Oniz Distribuidora. Sua tarefa foi promover as reaberturas de lojas, com a doação de brindes aos clientes, shows de música, prestação de serviços à comunidade e oferecimento de cursos gratuitos. O foco é manter o setor motivado e otimista em relação ao futuro. Angelita criou o manual *Orientações básicas para acolhimento de equipes em gestão de crise* para auxiliar os lojistas.

A Carreta já levou suas atrações para as reaberturas de uma unidade da Rede Polo em Lajeado, ao Stok Center do bairro Sarandi (em Porto Alegre) e ao Bell's Mercado, em Triunfo.

No início de agosto, passa pelo Descontão Ávila Atacado, em São Leopoldo, e ainda aguarda confirmações de datas para estar presente em duas lojas do Unisuper (Canoas), no Center-MasterSul (POA), Armazém Colonial (Pelotas), Supermercado Índio (Eldorado), na Padaria e Confeitaria da Gisa (São Jerônimo), no Mercado do Gordo (Arroio do Meio) e numa unidade da Agafarma (Canoas).

## RECONSTRUINDO O ESTADO

O Comitê Comercial, liderado pelo diretor Patrique Nicolini, monta os kits de reaberturas, negociando com diversos fornecedores “enxovais” de produtos e condições de pagamento especiais aos supermercadistas. Foi elaborado um documento (Reconstruindo RS) com sugestões de apoio comercial aos supermercados. “Pedimos às indústrias que relatassem suas ações no



**IMEC em Candelária**



**Minuano**



**Rede Vivo**

# PARA TORNAR SEU LAR UM RECANTO MAIS SOFISTICADO E HARMONIOSO



**VENHA NOS VISITAR NA EXPOAGAS 2024  
CIRCUÍTO DE NEGÓCIOS – 2º ANDAR ESTANDE 214  
DIAS 20, 21 E 22 DE AGOSTO**

**Conheça nossa linha de aromatizadores, Intimate e Seven Flowers**

**Wanessa**  
sfessencias@gmail.com  
Tel: 55 (51) 3261-2881 | 3524-8607



**Edison**  
vendas@intimateincensos.com.br  
Tel: 55 (51) 99733-3250 

aplicativo Ajuda Sul. Houve grande acolhimento das demandas. Nosso próximo passo é verificar quais não deram resposta. Foram muito poucas”, relata Nicolini.

A Nestlé Brasil foi um exemplo, entre tantos outros. A multinacional alimentícia prorrogou por 60 dias os títulos que tinham prazo de vencimento em maio. “Vamos manter a prioridade logística ao RS e, em apoio à Agas, na nossa campanha promocional *Nestlé Faz Bem Ganhar Sempre*, que tem divulgação massiva, iremos incluir a campanha Ajuda Sul”, asseguraram em nota pública os vice-presidentes de Vendas, Rodrigo Oliveira, e o vice-presidente de Assuntos Públicos, Gustavo Bastos. E, pela primeira vez em cinco anos, a marca Garoto mudou seu logotipo na embalagem do clássico chocolate ao leite para homenagear a Semana Farroupilha. A edição limitada, chamada de Guri, será comercializada exclusivamente no RS.

#### KITS DE ALIMENTOS E LIMPEZA

O diretor da Meta Assessoria, Vanderlei Goulart, assumiu a coordenação do Comitê Financeiro, cuja função é fazer a gestão de doações vindas de todo o Brasil. Várias empresas do

setor (Unidasul, Carrefour, Comercial Zaffari, Beltrame Supermercados, Guanabara, Supermercados Lanz, Grupo Ibec e Super Nicolini, entre outros) colaboraram com kits de limpeza, alimentos, colchões e outros itens. Até julho, R\$ 487 mil havia sido distribuído e restava de saldo mais de R\$ 1,09 milhão.

O Comitê de Equipamentos elaborou uma cartilha com indicação de fornecedores com estoques disponíveis, dicas para reduzir danos e incentivos fiscais para a compra de novos equipamentos. O documento está disponível no *app* e no site da Agas. “Nosso foco é ajudar no entendimento de fornecedores da situação dos compradores e contar com a ajuda do governo para alívio fiscal e tributário”, afirma a coordenadora Roberta Barreto, presidente do Agas Jovem.

Por fim, o Comitê de Comunicação, a cargo do publicitário Alberto Freitas e do jornalista Francisco Brust, se encarrega das ações de divulgação do aplicativo Ajuda Sul e suas cartilhas, das reinaugurações e dos pronunciamentos da Agas acerca das medidas que estão sendo tomadas para mitigar os efeitos da maior tragédia climática da história do Rio Grande do Sul.

#### IMPACTO DAS ENCHENTES NO SETOR:





# A **INDÚSTRIA** que é **daqui, pra ti!**

*Há 25 anos produzimos pães, tortas e salgados congelados que levam praticidade para sua operação e sabor ao seu cliente!*

*Venha nos visitar no Circuito de Negócios da EXPOAGAS 2024, estande 251, 2º andar*



 @panificiomallet

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

 **INDÚSTRIA GAÚCHA**



## Agas entrega drone para Corpo de Bombeiros de Bento Gonçalves

### MEDIDAS DE AUXÍLIO

A Agas entregou reivindicações à Secretaria Estadual da Fazenda (Sefaz-RS) e à Secretaria Especial da Receita Federal, como isenção de ICMS e PIS e Cofins para supermercados atingidos e cadastrados no *app* Ajuda Sul. O secretário de Desenvolvimento do RS, Ernani Pólo, participou de um dos *webinars* Agas/Abad de Apoio à Retomada. “Essa é uma grande tragédia de muitas consequências, econômicas e sociais. O governador Eduardo Leite sinalizou que devemos fazer todo possível para ajudar os atingidos”, avisou.

O governo federal suspendeu o pagamento da dívida pública do Estado com a União por 36

meses, até abril de 2027. A Secretaria Estadual da Fazenda (Sefaz) calcula, todavia, que a queda na arrecadação irá superar o montante poupado no período. Em junho, o BNDES emitiu medidas emergenciais ao RS para micro, pequenas e médias empresas, disponibilizando R\$ 15 bilhões do Fundo Social aos prejudicados (taxa a 0,6% a.m.). O financiamento é destinado a aquisição de máquinas e equipamentos, construção ou reformas de estruturas e pagamento de folha e fornecedores. O governo federal também anunciou recursos através do Pronampe Solidário, totalizando R\$ 374 milhões em crédito às empresas com faturamento anual de até R\$ 4,8 milhões. A linha opera com prazo

### ESTUDO REVELA PERDA DIÁRIA DE R\$ 3,4 BI PARA O VAREJO

Um estudo do IBEVAR estima que a perda média diária de faturamento para as empresas varejistas do Rio Grande do Sul tenha sido de aproximadamente R\$ 3,4 bilhões. Em um cenário de interrupção das atividades por cerca de 15 dias, o prejuízo superaria R\$ 50 bilhões. Tendo como referência o PIB do estado, o valor representaria aproximadamente 10% de tudo que se produz no RS.



**Bom dia**  
seu dia mais feliz

**Bom dia**  
seu dia mais feliz

PALITINHOS  
SABOR

**BA**

**Bom dia**  
seu dia mais feliz

PALITINHOS  
SABOR

**PICANHA**

**Bom dia**  
seu dia mais feliz

PALITINHOS  
SABOR

**TRADICIONAL**

Biscoito PALITINHO SALGADO  
SABOR TRADICIONAL

ZERO LACTOSE

**Nós desejamos  
um Bom Dia para  
você na Agas.**

Venha provar nossos palitinhos e  
biscoitos, estamos no 2º andar  
249/250 - Círculo de negócios 02

**Carreta Agas leva cursos, shows e brindes para reabertura de lojas atingidas**



para pagamento de 60 meses, carência de até 24 meses e a taxa de juros é 6% + Selic. Prefeitos e empresários, por sua vez, reclamam da demora na liberação dos recursos.

O Executivo gaúcho prorrogou de abril a julho o prazo de pagamento do ICMS, por meio do Decreto nº57.636/24, sem a cobrança de juros ou multa. Os vencimentos de julho poderão ser pagos até 30 de agosto. A medida abrange o débito de responsabilidade por substituição tributária. O Comitê Gestor do Simples Nacional, por sua vez, prorrogou as datas de vencimento dos tributos de microempresas e empresas de pequeno porte gaúchas.

## CRÉDITO BANCÁRIO

Os bancos anunciaram uma série de medidas em apoio aos atingidos pelas inundações: ampliação de linhas de crédito, isenção de tarifas e suspensão da cobrança de contratos em atraso curto. O Bradesco ofereceu carência de até 180 dias para clientes pessoas físicas e jurídicas que precisarem renegociar o pagamento de linhas de crédito como capital de giro, crédito pessoal e crédito direto ao consumidor. O Unibanco anunciou repactuações de parcelamen-

tos, suspensão por três meses de mensalidades e tarifas da conta corrente e das maquininhas e linhas especiais de crédito.

A Caixa Econômica Federal pausou o pagamento de prestações por até três meses nos contratos de Crédito Pessoal PF, Capital de Giro PJ, Renegociação PF e PJ, entre outros. Para as empresas, o Banrisul disponibilizou R\$ 7 bilhões em linha específica de capital de giro, na Conta Única, com prazo de até cinco anos para pagamento. A medida tem prazo de 60 meses, com renovação semestral automática, inclusive dos juros, com taxa pré-fixada a partir de 1,39% ao mês.

Daniel Poli, gerente executivo de Sustentabilidade da Cielo, adiantou que a operadora suspendeu as cobranças de aluguel das maquininhas por três meses e está substituindo as que foram danificadas sem custo e com agilidade. Kalil Sebbe, diretor de Operações do Badesul, anunciou a paralisação temporária do pagamento de dívidas financiadas por empresas afetadas pelas enchentes. Outra medida anunciada é a possibilidade de contratação de uma linha de crédito emergencial, por parte dos municípios, para recuperar a infraestrutura das cidades.



ESSE SABOR NÃO PODE  
FALTAR EM SUA GÔNDOLA.

EM BREVE



CREME DE ALHO TARATUR

Sem cheiro nas mãos  
Sem retrogosto  
Sem conservantes



#combinacomtudo

saiba mais

  
**TARATUR**  
ALIMENTOS

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

# DRAMAS E SUPERAÇÃO



## NOVA LOJA EM OUTUBRO

No **Supermercado Lenz**, em Venâncio Aires, a inundação começou no dia 30 de abril à tarde, com o extravasamento do Arroio Castelhana, que fica a cinco quadras da loja e deságua no Rio Taquari. A água chegou a 1,70m e destruiu todo o mobiliário, os balcões refrigerados e as mercadorias. O prejuízo chegou a R\$ 3 milhões, segundo cálculos do proprietário Daniel Lenz. “Em 2014, havíamos visto água na altura do joelho, e havíamos nos preparado para isso, mas o nível subiu demais. Pegou o depósito aqui também, que é junto da matriz”, conta.

Depois que a água baixou e foi feita a limpeza, a loja reabriu no dia 25 de maio com novo *layout*, toda reformada. “Até abrimos rápido, porque temos a sorte de que na cidade há muitas empresas que trabalham com equipa-

mentos. Os fornecedores me ajudaram muito, prorrogando pagamentos para 30 dias e 60 dias para termos fluxo de caixa. Mas ainda estamos esperando financiamento com juros baixos do governo para bancar a aquisição de equipamentos”, diz.

Uma comissão de empresários da parte baixa da cidade negocia com a prefeitura o desassoreamento do arroio, para prevenir futuros problemas, desde que o volume de chuvas não seja muito fora do esperado. Lenz sente que há um esforço do poder público em fazer o que for necessário. Apesar do abalo financeiro, ele não desistiu do plano de abrir nova loja em outubro, com 1500m<sup>2</sup>, dez *check-outs* e estacionamento coberto. “A enchente fez parar por um mês a obra pelos gastos que tivemos aqui, mas estamos bem capitalizados”, finaliza.



**Supermercado Lenz, de Venâncio Aires, teve prejuízo de R\$ 3 milhões, mas deve abrir nova loja em outubro**



**NOVA!**

**MAIS  
FORÇA  
NAS  
VENDAS!**



- ✓ ZERO AÇÚCAR
- ✓ ZERO GLÚTEN
- ✓ FONTE DE FIBRAS
- ✓ 5 SABORES DELICIOSOS
- ✓ SUPER MACIA
- ✓ DERRETE NA BOCA
- ✓ COM RECHEIO CREMOSO
- ✓ 12g DE PROTEÍNAS

DESDE 1919  
**Ritter**

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

## MUITA AJUDA OFERECIDA

A presidente do Agas Jovem, Roberta Barreto, teve não apenas sua casa afetada pelas enchentes, como duas unidades dos **Supermercados Codebal** em Eldorado foram inundadas acima de 2m e continuavam fechadas ainda em julho. “Estamos tirando a lama da loja e reconstruindo”, observa. Como se não fosse o bastante, uma das lojas foi saqueada por cinco homens munidos de barras de ferro. “Eu estava no segundo andar da loja com minha avó. Não tínhamos ninguém por nós. Foi o caos,

mas graças a Deus sobrevivemos, estamos vivos e preparados.”

O apoio da comunidade, de colegas do ramo e de fornecedores impediu a empresa de pensar em falência. “Conseguimos cadastrar a empresa para receber auxílio para pagamento de salário-mínimo. Os fornecedores ajudaram, cada um dentro de suas possibilidades. Colegas do Agas Jovem ofereceram ajuda em termos de equipe de mão de obra e até mesmo um concorrente emprestou sua casa em Guaíba para minha família se

hospedar. Tive muito apoio do setor”, agradece. O Codebal criou um QG de empresários da cidade para receber doações e cedeu um prédio antigo para recebê-las. Também ajudou creches com alimentos e água no auge da crise. “O pior já passou, agora estamos todos em segurança. É muito desafio, mas estamos conseguindo superar. A retomada da ExpoAgas nos traz uma esperança, assim como a reabertura dos supermercados. Quando um super reabre ele traz esperança, as pessoas veem que a cidade não acabou.”

## PLANOS DE AMPLIAÇÃO MANTIDOS

O **Comercial Souza Atacado** teve duas de suas três lojas atingidas pelas enchentes: uma em Eldorado e outra em Guaíba. Em sete horas de chuvas, o nível das águas atingiu 2,10m e as perdas foram totais em termos de produtos, totalizando mais de R\$ 87 mil. A primeira unidade fechou as portas por 37 dias e a segunda por 22 dias. “Alguns comerciantes de Eldorado desistiram de seus estabelecimentos, ao lado e na frente. Eu não. Quando a água estava pelo joelho já estava lá trabalhando com meu irmão”, garante o administrador Valdecir Souza. Ele conseguiu recuperar os balcões. “Fiquei uma semana secando, limpando, pintando, reformando. Nem tudo ficou 100%, ficam arranhões e amassados, mas está tudo funcionando”, celebra.

O empresário não enfrentou problemas para pagar salários dos três funcionários no período porque usou recursos de loja que iria

abrir em Camaquã. Ainda pretendo abrir outra em Arroio dos Ratos, mas Camaquã ficou para um segundo momento. Todo mundo recebeu em dia. Usei estes recursos poupados para recuperar as perdas”, declara. Entretanto, se o movimento continuar alto como ocorreu depois da reabertura, Souza considera que poderá manter as ampliações conforme estavam planejadas.

A loja de Jardim dos Lagos, que não foi atingida, passou a suprir carências não apenas das filiais como também de outras empresas, no auge da crise. Valdecir também é dono de uma panificadora que seguiu produzindo e vendendo pães. Agora, está atento aos movimentos das autoridades, mas sem muita fé em soluções definitivas. “Políticos discutem ações, mas não há nada que pareça eficaz. Houve incompetência das autoridades em avaliar o real perigo”, observa.



**Comercial Souza conseguiu salvar balcões e mantém plano de ampliação**



É com **grande orgulho** que a PuroLatte **participa pela primeira vez** da Feira EXPOAGAS 2024 no Rio Grande do Sul.

Estaremos apresentando nossos produtos com **certificação A2**

**purolatte**   
LATICÍNIO PREMIUM

**O puro leite da fazenda**

## REABERTURA EM TRÊS DIAS

Em Rolante, o **Supermercado Reichert**, da RedeFort, viu as águas subirem a 1m dentro da loja, que já é elevada a 80cm acima da calçada. Os tampões de 60cm não conseguiram conter a enxurrada com as cheias do Rio Areia e Rio Rolante. Só em mercadoria o prejuízo chegou a R\$ 600 mil. Mas houve danos nas ilhas, balanças, computadores, refrigeradores, empilhadeira e no gerador. “Salvamos os veículos, pelo menos”, consola-se o proprietário Anderson Reichert.

Assim como subiu rapidamente, a água desceu da mesma forma, permitindo que em três dias a loja pudesse reabrir as portas, embora com menos produtos. Para isso, contou com a ajuda de amigos, vizinhos, funcionários na limpeza do ambiente. “Todos os fornecedores foram parceiros na prorrogação de faturas. Para recuperar parte das perdas, acabei pegando um valor de

empréstimo na Sicredi. Consegui com taxa mais baixa do habitual, com seis meses de carência. Se o governo oferecer melhores opções, quito um e pego o outro.”

O Reichert reabriu sem evento celebrativo. Não havia clima para isso naquele momento. As próprias festas do município foram suspensas tendo em vista tantas pessoas passando dificuldades. “Estamos fazendo reuniões com poder público cobrando soluções para que isso não mais ocorra, mas vemos que está tudo muito devagar. Nosso medo é que agora com muito menos chuva possamos ter enchentes na cidade porque leito do rio tá carregado de coisa”, diz Anderson. De sua parte, ele mandou fazer novos tampões de 1,40m e adquiriu três bombas com capacidade para sucção de 1000 litros de água por minuto. Uma foi instalada debaixo de uma gôndola, as outras irão para o depósito.



**Super Reichert, de Rolante, reabriu em três dias para atender população**



## TRAGÉDIA NÃO FREOU OTIMISMO

O **Grupo Imec** teve a loja de Encantado, na ERS-129, inundada com cerca de 4 metros de água. Em Porto Alegre, o supermercado da Ramiro Barcelos, também foi atingido, com 40 centímetros de água. Os produtos que tiveram contato com a água da enchente foram descartados, com serviço prestado por empresa licenciada ao transporte e destinação de resíduos. Do total de colaboradores, 562 foram atingidos pelas enchentes, 330 diretamente. “Graças a Deus, nenhum colaborador teve sua vida tirada”, destaca o diretor-presidente, Eneo Karkuchinski. Todos estão sendo abonados e assistidos pela rede.

A unidade de Encantado foi reaberta no dia 27 de junho depois de sua terceira inundação em oito meses. Para garantir a segurança e qualidade dos produtos ofertados, toda a estrutura física da loja foi higienizada e posteriormente sanitizada com produto a

base de hipoclorito de sódio e amônia quaternária. O atacarejo reiniciou as operações com apenas quatro mil dos sete mil itens habituais, mas depois de uma semana retornou ao *mix* habitual. Para evitar futuras inundações, o executivo revela que ainda está sendo planejada uma nova estrutura.

A empresa está promovendo a campanha *Produto da Nossa Gente*, que busca destacar mercadorias fabricadas no estado em gôndolas e divulgação de ofertas. Com isso, o esperado é ultrapassar os atuais 45% para mais da metade das vendas de mercadorias oriundas do Rio Grande do Sul. Karkuchinski, diretor-presidente do Grupo, ainda contou que os planos de expansão da empresa se mantêm, e em julho uma nova unidade do Desco deve ser inaugurada em Lajeado. Além disso, até o final do ano a empresa espera abrir mais duas unidades no Litoral.



wellvin

SABOR E SAÚDE

Mais de duas décadas levando  
**qualidade para a sua mesa.**



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

## LITORAL EM DOIS PAVILHÕES

# A

Agas já concentra seus esforços para a realização de outro grande evento, com a perspectiva de nova quebra de recordes: a 60ª Convenção Regional de Supermercados. Prevista para outubro, a feira acontecerá em Tramandaí, no Centro de Eventos Municipal (Avenida Rubem Berta S/N). A grande novidade é que os expositores terão um pavilhão extra como área exclusiva destinada a oficinas e palestras ministradas pelos participantes. A chamada Arena do Conhecimento ficará disponível durante o evento inteiro.

O objetivo da convenção é preparar os estoques do varejo do Litoral Norte para a temporada de verão, quando a população da região

crece exponencialmente. Ainda há estandes disponíveis para fornecedores e prestadores de serviço através do e-mail [comercial@agas.com.br](mailto:comercial@agas.com.br) ou do telefone (51) 2118-5200.

O evento deve atrair milhares de comerciantes de todo o Estado para realizar negócios com os expositores das áreas de fornecimento e serviços para os mais diferentes setores do comércio. Com oportunidades exclusivas de negócios, a feira deve gerar mais de R\$ 25 milhões em negócios durante os dois dias de evento, além de outros milhões em transações comerciais nos dias posteriores à feira. Para isso, há isenção de pagamento nas inscrições para representantes de supermercados, minimercados, bares, hotéis, padarias, lojas, açougues, farmácias, hospitais, agropecuárias, *petsshops* e similares.

### UNIÃO DE INTERESSES

No ano passado, 5,2 mil varejistas de 40 municípios participaram do evento, que contou com mais de 90 expositores de alimentos, maquinários, serviços e equipamentos. Os prefeitos de Tramandaí, Terra de Areia e Balneário Pinhal estiveram presentes na abertura, saudando a feira que prestigia a região litorânea gaúcha. Grandes marcas também compareceram para mostrar seus lançamentos e as condições especiais de pagamento que são um dos atrativos exclusivos da oportunidade.

Larry Silva/Agas



Evento preparatório ao verão acontecerá em outubro com a realização de feira num dos pavilhões e oficinas de fornecedores em outro

# SIGA

NOSSAS

# REDES SOCIAIS



# INDULGÊNCIA PERMISSÍVEL

**N**

ão basta um produto ser apenas saudável, ele também precisa ser gostoso. O mercado de alimentos e bebidas enfrenta o desafio de equilibrar indulgência e saudabilidade. Os consumidores buscam produtos que não só contribuam para uma rotina nutricional melhor, mas também proporcionam prazer ao paladar.

A praticidade cedeu mais espaço para a preferência por opções que exigem algum preparo em casa, desde que garantam benefícios à saúde e satisfação sensorial. Essa mudança revela uma disposição em manipular produtos para alcançar

uma combinação ideal de saudabilidade e indulgência. Para o setor supermercadista, isso representa uma oportunidade e um desafio. Criar estratégias que atendam a essa demanda dual, maximizando as vendas e fidelizando os clientes, é o caminho para surfar nessa tendência.

Uma estratégia da indústria tem sido a adoção de lanches em porções individuais. *Snacks* em tamanhos reduzidos, como barras de cereal ou chocolates em pedaços, permitem que o consumidor desfrute de um momento indulgente sem culpa. Além disso, a clareza nas embalagens sobre os benefícios nutricionais dos produtos, como alto teor de proteínas ou baixo teor de açúcar, pode ser um diferencial competitivo. Apresentar avisos como “baixo em açúcar” ou “rico em fibras” ajuda a reduzir a culpa associada ao consumo de indulgências.

“Na concepção de embalagens, a regra de ouro é entender o que o consumidor mais valoriza no produto. Se é o sabor, a embalagem deve destacar uma imagem atraente e apetitosa do produto. Caso sejam os benefícios nutricionais (como sem açúcar ou zero lactose), esses atributos devem ser claramente evidenciados. Imagens de alta qualidade, bem iluminadas e com produção cuidadosa são essenciais”, enfatiza Rodrigo Havro Rodrigues, VP executivo da OpusMúltipla, agência do Grupo OM Comunicação Integrada, que atende marcas renomadas como a Frimesa.

©iStock.com/mofles



Momentos de indulgência não apenas proporcionam prazer e bem-estar, mas podem se tornar tendência nas prateleiras quando combinados com saudabilidade



# a gente reconhece pelo sabor



A carne de frango do RS tem origem nas granjas das famílias de produtores, vai para a indústria e chega até você com algumas das melhores marcas da avicultura brasileira, a maior exportadora global, que alimenta milhões de pessoas no mundo.

Então faça uma boa escolha: leve a carne de frango produzida aqui para a sua mesa e valorize a melhor procedência.

É da nossa cultura, marca do nosso Rio Grande, a gente reconhece pelo sabor.



UMA CAMPANHA:

**O.A.RS** 

Organização Avícola do Estado do Rio Grande do Sul



APOIO:

**agrogen**  
multiplicação genética



**Lanche saboroso  
e saudável:  
tendência crescente  
de consumo**

## PARA TODAS AS FASES DA VIDA

Outro ponto para ficar de olho é investir em produtos que atendam a todas as fases da vida. Desenvolver alimentos que sejam apreciados tanto por crianças quanto por adultos facilita a criação de uma oferta inclusiva e abrangente.

Um exemplo de sucesso na aliança entre saúde e prazer são os *shakes* proteicos (YoPRO, Natural Whey, Power Whey, Nude, etc), que se tornaram populares nos supermercados. A bebida em embalagens de 250ml contém 15g de proteínas, e promete proporcionar saciedade e auxiliar na construção e recuperação muscular, atendendo a um público que busca tanto prazer quanto benefícios nutricionais, uma vez que é rico em vitaminas do complexo B.

“Temos promovido as barras de proteína, que já são naturalmente associadas à prática de atividades físicas, além das barras de *nuts* e frutas. Esses produtos são mais saudáveis, sem perder o sabor, e têm excelente aceitação em supermercados. Um dos nossos clientes, por exemplo, tornou-se apoiador do Comitê

Olimpíco Brasileiro, reforçando a conexão com o esporte de alto desempenho. A estratégia incluiu anúncios que destacam o ‘*apetite appeal*’ dos produtos. Um caso notável é o das barras de frutas e proteínas Nutry, que decidiu se vincular às Olimpíadas, combinando esporte e saúde com sabor e nutrição”, destaca Rodrigues sobre a fusão desses dois mundos.

## SUSTENTABILIDADE E ECONOMIA CIRCULAR

De acordo com o estudo *Food Barometer*, da Sodexo com o instituto Harris Interactive 2024, na média global, cerca de 79% das pessoas consideram urgente a adoção de uma alimentação sustentável. Já no Brasil, 89% das pessoas consideram o tema urgente. Portanto, a sustentabilidade não é apenas uma moda passageira, mas uma exigência crescente do mercado.

Gioceli Escorsin, gerente de Marketing da Zanlorenzi Bebidas e consultora de Branding, destaca também a importância da forma como os alimentos são apresentados para influenciar a decisão de compra dos consumidores em





favor de produtos saudáveis. “É de extrema importância informar os consumidores sobre a localização desses produtos nas prateleiras e gôndolas, pois muitos chegam ao mercado sem saber onde encontrá-los, especialmente devido à falta de tempo para percorrer os corredores. Uma exposição adequada, um *layout* bem planejado e áreas dedicadas aos produtos saudáveis são fundamentais”, explica.

Ela observa que, embora a legislação recente facilite a identificação de produtos minimamente processados através da lupa nos rótulos, ainda há desafios para as indústrias que precisam reduzir sódio, açúcar e gordura.

#### ALINHANDO INDULGÊNCIA E SAUDABILIDADE

Estudos como o da Mintel, nos EUA, indicam que 94% dos americanos consomem ao menos um *snack* por dia, com 60% deles buscando opções que sejam tanto indulgentes quanto saudáveis. No Brasil, a situação não é diferente. A indústria alimentícia deve focar em inovação para atender essa deman-

da, criando produtos que equilibrem prazer e saúde. A combinação de sabores indulgentes com ingredientes saudáveis, como chocolates com alto teor de cacau ou sorvetes com vegetais incorporados, exemplifica como é possível oferecer produtos que atendam a essas exigências.

#### OPORTUNIDADES PARA SUPERMERCADOS

A promoção de itens com avisos de sustentabilidade e o uso de embalagens *eco-friendly* podem atrair consumidores preocupados com o meio ambiente. Um exemplo é a DaColônia, marca gaúcha fundada nos anos 1960 em Santo Antônio da Patrulha, Rio Grande do Sul, conhecida por sua especialização em alimentos naturais.

Wagner Freitas, diretor de Marketing da DaColônia, destaca os desafios enfrentados pela empresa: “Investimos continuamente em pesquisa e desenvolvimento para criar produtos que combinam sabor e saúde. Em nossas barras de proteína e na linha DacoPRO, que inclui

---

**Shakes proteicos  
têm ganhado espaço  
nas prateleiras das  
lojas**

---

## Ponta de gôndola é espaço disputado por produtos de indulgência

produtos com *whey protein* e *vegan protein*, utilizamos ingredientes de alta qualidade. O principal desafio é manter o equilíbrio entre a adição de nutrientes essenciais, como proteínas, e a preservação de um sabor agradável”.

Reconhecendo que os consumidores jovens estão cada vez mais informados e exigentes quanto à qualidade dos alimentos, Wagner destaca o uso estratégico das redes sociais:

“Para atrair o público jovem e *fitness*, adotamos uma abordagem multicanal que inclui campanhas nas redes sociais, parcerias com influenciadores *fitness* e nutricionistas, e a criação de conteúdo educativo sobre nutrição e bem-estar. Essas iniciativas têm sido fundamentais para impulsionar as vendas e solidificar a DaColônia como uma referência em produtos saudáveis”, conclui.

De acordo com o estudo Estilos de Vida 2024 da NIQ Homescan, 86% dos consumidores brasileiros afirmam ter adotado pelo menos um hábito mais saudável em sua rotina. O estudo destacou alguns *insights* importantes:

- Um quarto dos brasileiros já segue hábitos extremamente saudáveis.
- A maior concentração desses lares saudáveis está em famílias com cinco ou mais pessoas e com nível socioeconômico alto.
- Esses lares gastam 11% a mais em produtos de consumo rápido (FMCG) e preferem comprar em C&C e farmácias.
- Lares saudáveis consomem mais categorias de produtos do que a média nacional, especialmente em alimentos (como aveia), bebidas (como isotônicos) e cuidados pessoais (como cremes para a pele).

©iStock.com/Hitra



©iStock.com/Hitra



# VALORIZE OS ESTABELECIMENTOS OVOS RS / MARCAS DO RS!



Procure o Selo **Ovos RS** nas embalagens



Ao adquirir ovos, procure o **Selo OVOS RS** nas embalagens e valorize a **qualidade e a segurança alimentar!**

Saiba mais em [www.ovosrs.com.br](http://www.ovosrs.com.br) e @ovosrs

# A LEI DO RETORNO NO VAREJO

# A

consolidação de cartões é uma ferramenta indispensável para levar a gestão do varejo a um novo patamar. A prática garante a correta verificação das transações financeiras, como também pode ser integrada a estratégias de marketing poderosas, como os clubes de desconto. Programas de fidelidade oferecem vantagens exclusivas, atraindo e retendo clientes ao fazê-los sentir-se valorizados. Afinal, todos gostam de ser bem tratados e de saber que seu dinheiro investido renderá muito além do produto comprado. É a aplicação da lei do retorno no varejo.

Além disso, sua implementação gera relatórios detalhados sobre custos operacionais, taxas e possíveis divergências, proporcionando uma visão clara e precisa da saúde financeira do negócio. A integração com sistemas ERP e plataformas de *e-commerce*, inclusive *apps* de *delivery*, otimiza ainda mais o processo, permitindo que as liquidações sejam realizadas diretamente no ERP, evitando erros e reduzindo o tempo e a equipe necessários para essas atividades.

## CLUBES DE DESCONTO: FIDELIZAÇÃO E VANTAGENS

Quando aliada a um clube de descontos, a conciliação de cartões se torna ainda mais poderosa. Esses clubes oferecem benefícios exclusivos, aumentando a percepção de valor pelo cliente e incentivando a compra frequente. Para os supermercados, isso significa maior fidelização e aumento das vendas. A implementação de um clube de descontos deve começar com a definição clara do público-alvo e a elaboração de uma estratégia de fidelização que inclua parcerias relevantes com fornecedores.

De acordo com o Banco Senff, a introdução de um cartão *private label* no varejo pode resultar em um aumento significativo no tíquete-médio da primeira compra, chegando a 400%, além de registrar um tíquete-médio 35% superior aos demais meios de pagamento. Essa estratégia eleva a frequência de visitas dos clientes à loja e proporciona um aumento real nas vendas.

Ter um cartão próprio permite oferecer benefícios exclusivos e programas de recompensas, aumentando a fidelização dos clientes e incentivando compras





Entre as vantagens indiretas para o varejista, destaca-se a maior fidelização do cliente. “Se considerarmos que o cliente possui espaço para seis cartões na carteira e um deles exibe a logo do supermercado, ele será lembrado do estabelecimento sempre que abrir a carteira, promovendo uma maior fidelização. Além disso, o cliente dispõe de um crédito exclusivo para usar no mercado, sem poder gastar em outros supermercados”, explica Marco Senff, diretor comercial do Banco.

Marco Senff ressalta que o Banco trabalha em parceria com clubes de desconto e CRMs. “As informações captadas pelo sistema do varejista nos permitem obter dados de crédito mais precisos, ajustando o limite de crédito do cliente ao seu real potencial de pagamento.” Ainda segundo Marco, o varejista obtém inúmeras vantagens ao implementar um clube de vantagens, pois passa a conhecer melhor o perfil do cliente, compreendendo seus hábitos de compra e oferecendo cupons de desconto exclusivos. “É aquela máxima: você não vai oferecer *shampoo* para um careca”, brinca.

#### CLUBINHO NA PRÁTICA COM O BISTEK

O catarinense Bistek Supermercados, que tem ganhado popularidade nos últimos meses com unidades no Rio Grande do Sul, destaca-se pelo seu clube de descontos e vantagens

altamente eficazes. Esse diferencial tem sido um atrativo significativo para os clientes que frequentam as lojas diariamente. Em 2023, o Bistek Supermercados cresceu 16,95%, alcançando um faturamento de R\$ 1,96 bilhão.

Wagner Ghislandi, diretor de Marketing do Bistek Supermercados, comenta sobre os desafios e benefícios de manter um clube de vantagens bem planejado. Segundo ele, o Clube Bistek oferece benefícios para todos os cadastrados, que podem acessar o aplicativo ou site da rede para verificar as promoções especiais semanais. Há promoções gerais para todos os clientes e ofertas personalizadas baseadas nas preferências individuais dos consumidores.

“O sucesso do Clube Bistek é um resultado direto da personalização dos benefícios oferecidos. O cliente percebe melhor o valor quando a oferta está alinhada aos seus hábitos de consumo. Para a rede, isso se traduz em fidelização de clientes e aumento do ticket médio de compras. Por isso, ao longo do tempo, criamos novas formas de fortalecer a percepção de valor para os membros do Clube Bistek”, destaca Ghislandi.

#### PERSONALIZAÇÃO E EFICIÊNCIA COM IA

A Inteligência Artificial tem sido decisiva: “Temos um vasto volume de dados, e a Inteligência Artificial tem se mostrado uma ferra-

---

**Aumento do ticket médio é um dos maiores benefícios do cartão da loja**

---



---

## Ofertas personalizadas fidelizam consumidor

---

menta essencial para aprimorar o tratamento dessas informações e criar ações cada vez mais eficazes.” Ghislandi destaca o sucesso de campanhas altamente personalizadas baseadas em ‘ocasiões de consumo’, como a parceria com a Unilever que triplicou as conversões e aumentou em 139% as vendas de granola em um fim de semana. “A base para isso é a análise dos dados dos membros do Clube Bistek”.

Ele explica que a estratégia envolve a análise detalhada da frequência e volume de compras de diferentes produtos, segmentando os clientes em 24 grupos com base em hábitos e preferências específicos, como momentos sociais, cuidados infantis e saúde. “Desenvolvemos campanhas direcionadas, em colaboração com a indústria, oferecendo vantagens específicas para cada grupo-alvo. A comunicação é feita por e-mail, SMS ou através do aplicativo da rede, além de promoções focadas na ocasião de consumo e em produtos complementares.”

No caso da promoção de granola, por exemplo, Ghislandi destaca que além dos descontos no produto principal, foram oferecidos benefícios para iogurtes, mel e mirtilo, itens destacados na seção de produtos frescos da rede. “Essa abordagem personalizada aumenta o engajamento do cliente com a rede. Hoje, a taxa de abertura dos e-mails do CRM do Bistek supera os 30%, um indicador muito positivo para campanhas promocionais”, ressalta o diretor.

Além disso, a análise preditiva, que utiliza algoritmos para prever comportamentos futuros dos consumidores, é outra aplicação

importante da IA. Isso possibilita a criação de campanhas de marketing ainda mais assertivas, alinhadas às necessidades e desejos dos clientes. “Recentemente, segmentamos clientes que demonstram interesse em produtos saudáveis e oferecemos descontos na nova linha de massa de pastel sem glúten. Três quartos das vendas na semana de lançamento vieram desses consumidores, demonstrando como eles valorizam o benefício percebido e a atenção da nossa rede, fortalecendo a fidelização”, conclui Ghislandi.

### FIQUE POR DENTRO

■ **Vantagens:** há sete vantagens destacadas no uso de cartões próprios por supermercados: fidelização de clientes; diminuição de custos; fortalecimento de marca; elevação do engajamento; aumento do tíquete médio das vendas; otimização do processo de pagamento; crescimento de receita.

■ **Tíquete:** segundo pesquisa realizada pela NielsenIQ em parceria com a DM (empresa de serviços financeiros), lares que utilizam cartão de supermercados ou atacados gastam em média 20% mais do que os que usam outra forma de pagamento. O estudo indica que 38,7% dos consumidores costumam parcelar as compras no cartão de loja, o que gera fidelidade e impulsiona a recorrência de gastos nos lares.

■ **Inadimplência:** a facilidade na captação e oferecimento de facilidades, todavia, precisa ter em conta a inadimplência. Pesquisa realizada pela Serasa com mais de 11 mil pessoas mostrou que 59% das dívidas dos brasileiros no cartão de crédito são referentes a compras em supermercados. O segundo lugar é ocupado por roupas, calçados e eletrodomésticos, representando 46% das dívidas.

■ **Cartões híbridos:** os cartões híbridos (white label), utilizados por algumas lojas, além de oferecerem benefícios para os clientes do supermercado, passam a ter também bandeira Mastercard/Visa para uso livre em demais estabelecimentos como cartões de crédito comum.

## MONITORAMENTO DE OFERTAS ONLINE

Veja algumas vantagens ao monitorar supermercados que vendem online

### NEGOTIAÇÕES MAIS EFICIENTES

Conheça os preços praticados pela concorrência e negocie com maior precisão para melhorar suas margens de lucro.

### ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Dia do Hortifruti? Dia do Açougue? Mapeie os dias promocionais dos supermercados e crie suas estratégias.

### PRODUTOS FORMADORES DE OPINIÃO

Analise a competitividade dos seus produtos formadores de opinião em relação a concorrência.

### DIVERSIFICAÇÃO DO MIX DE PRODUTOS

Identifique novos fornecedores e novos produtos para diversificar seu mix.

WebPrice  
Supermercados



Refrigerante  
Coca Cola 600ml

3,49  
Mais barato

5,07  
Preço Médio

23 / 23  
Lojas / Ofertas

Adicionar Código Interno



Refrigerante Coca Cola 600ml 4,79



Refrigerante Coca Cola 600ml 4,79



Refrigerante Coca Cola 600ml 4,88



Refrigerante Coca Cola 600ml 4,97



Refrigerante Coca Cola 600ml 5,48



Refrigerante Coca Cola 600ml 5,49



Refrigerante Coca Cola 600ml 5,49



Refrigerante Coca Cola 600ml 5,59



Refrigerante Coca Cola 600ml 5,70



Refrigerante Coca Cola 600ml 6,35



Refrigerante Coca Cola 600ml 8,50



Acesse e saiba mais

**WEBPRICE SUPERMERCADOS:**  
SEU SISTEMA FÁCIL E INTUITIVO PARA  
MONITORAR SUPERMERCADOS ONLINE.

# EXCELÊNCIA GAÚCHA

O

Rio Grande do Sul é o maior produtor de uvas e vinhos do país. São cerca de 15 mil famílias que produzem uvas, em 47 mil hectares, e atualmente há 539 vinícolas em atividade no Estado. A Serra é responsável pela produção de 60% do vinho brasileiro e abriga denominações de origem que são reconhecidas mundialmente, como o Vale dos Vinhedos. A expectativa de produção para a safra 23/24, segundo dados da Secretaria Estadual da Agricultura, Pecuária e Irrigação (Seapi-RS) e da Emater, é alcançar cerca de 719 mil toneladas de uva.

Cerca de 90% das vinícolas registradas no Rio Grande do Sul são micro e pequenas empresas. Estudo realizado recentemente pelo Instituto de Gestão, Planejamento e Desenvolvimento da Viti-

vinicultura do Estado do Rio Grande do Sul (Consevit-RS) mostrou que o complexo econômico da uva e derivados (produção de uvas e vinhos) representa aproximadamente 2% do PIB Gaúcho.

Do total de vinhos consumidos no país, 62% são brasileiros, mas 65% do volume de vendas é concentrado em 15 vinícolas. O Brasil, a propósito, aparece com destaque como o país da América Latina onde as áreas de vinhedos crescem significativamente, com um acréscimo de 1,5% na área de plantio, totalizando hoje 83 mil hectares – é o terceiro país do mundo em crescimento real de área plantada, atrás apenas de Rússia e Índia.

### PRODUÇÃO POUCO AFETADA

A produção de uvas foi pouco afetada pelas enchentes que assolaram o Rio Grande do Sul no final de abril e início de maio. A safra já havia sido colhida e o período de plantio estava começando. Dados preliminares da Emater indicam que 500 hectares de vinhedo foram devastados. É pouco em relação ao total de área plantada, mas são mais de 200 famílias que perderam seu sustento. Mesmo assim, há um impacto no consumo que estava em alta. O enoturismo foi prejudicado no Vale dos Vinhedos e baixou a procura em Porto Alegre e Região Metropolitana porque muitos restaurantes foram inundados. Este excedente precisará ser escoado, o que pode render boas promoções.

O Consevit-RS lançou um selo especial para destacar os vinhos, espumantes e sucos produzidos pelas empresas locais nos pontos de venda gaúchos e de outros estados. O selo foi distribuído entre as vinícolas associadas às entidades



©iStock.com/ArtmannWitte

Consumo de vinho cresce no país inteiro e Rio Grande do Sul se destaca nesse ranking, com produtos de referência premiados em concursos



que compõem o Consevitis-RS (Uvibra, Agavi, Fecovinho e ACIU) com o objetivo de chamar a atenção do consumidor para a origem do produto, incentivando a compra e contribuindo para a movimentação do setor. Inicialmente, foram impressas 500 mil unidades. “Além de continuar com o acolhimento a todos os que foram atingidos, para que haja reconstrução, precisamos movimentar a economia”, salienta o presidente do Consevitis-RS, Luciano Rebellatto.

#### BRIGA POR PREÇO

Segundo o presidente da União Brasileira de Vitivinicultura (Uvibra), Daniel Panizzi, o Rio Grande do Sul processa até 90% do vinho brasileiro. O consumidor gaúcho é um grande consumidor de vinhos locais, representando até 30% do faturamento de uma vinícola grande, de grande capilaridade. O grande mercado da bebida está no Sudeste, Centro-Oeste e Sul. “Nosso produto tem muita qualidade. Não brigamos no mercado na gôndola por qualidade, mas por pre-

ço. Já vencemos prêmios em diversas categorias nas avaliações de garrafas abertas às cegas. Essa qualidade não veio do dia para a noite: trabalhamos no aperfeiçoamento de matéria-prima, para ponto de colheita, manejo dos vinhedos, para tecnologia. Nosso enólogos buscaram qualificação em centros de excelência lá fora”, explica.

O consumo médio de vinho no Estado é de 6 litros *per capita*/ano. No Brasil, desce para 2 litros *per capita*/ano. “Esse número é maior, na verdade, mas nos faltam dados precisos de contrabando e descaminho. Temos entrada ilegal de vinhos no país de forma significativa”, avisa Panizzi. Ainda assim, o Brasil está muito atrás de outros países nesse aspecto. Os argentinos consomem 20 litros *per capita*/ano, os portugueses chegam a 50 litros.

“Há muitas oportunidades de mercado, desde que olhemos para esse produto culturalmente de outra forma. Claro, tem a questão alcoólica, mas há benefícios para a saúde comprovados no vinho”, argumenta. A Uvibra considera que há certa dificuldade de exposição em

---

**Rio Grande do Sul  
é maior produtor  
nacional da bebida**

---



©iStock.com/Igor Barilo

## Supermercados podem fazer da adega setores sofisticados na loja

gôndola, principalmente no que tange aos vinhos finos. “O produto chileno, por exemplo, entra aqui com facilidade competitiva grande, pois desfruta de isenção total de impostos de importação. É uma das lutas do setor, precisamos de igualdade competitiva, a carga tributária brasileira é muito pesada. Preço é primordial.”

### QUALIDADE COMPROVADA

As vinícolas gaúchas já colecionam premiações pela qualidade de seus produtos.

Miolo, Aurora, Garibaldi e muitas outras marcas têm troféus de excelência em suas prateleiras. O Brasil, por exemplo, ficou entre os países mais premiados no 31º Concurso Mundial de Bruxelas, realizado no início de junho, em Guanajuato, no México, o maior concurso de vinhos itinerante do mundo. Foram 10 vinhos com medalhas, sendo nove de Ouro e uma de Prata. As vinícolas Jolimont, do Rio Grande do Sul, Davo’s Vinhos e Espumantes e Barbara Eliodora, ambas da

### AS VARIEDADES MAIS PROCURADAS NOS SUPERMERCADOS:

#### Vinhos Tintos

- *Cabernet Sauvignon*: uma das uvas tintas mais populares e amplamente plantadas no mundo, conhecida por seus sabores de frutas negras e taninos robustos.
- *Merlot*: uva tinta versátil que é fácil de beber, com sabores suaves de ameixa e frutas vermelhas.
- *Pinot Noir*: conhecida por sua elegância e complexidade, com sabores de cereja e framboesa, além de notas terrosas.
- *Syrah/Shiraz*: dependendo da

região, esta uva pode produzir vinhos com sabores de frutas escuras, pimenta e especiarias.

- *Malbec*: popular na Argentina, produz vinhos com notas de ameixa, cereja e chocolate.
- *Carménère*: uma uva que se consagrou no Chile, conhecida por originar vinhos tintos de corpo médio e aromas intensos

#### Vinhos Brancos

- *Chardonnay*: extremamente versátil, pode variar de leve e cítrico

a rico e amanteigado, dependendo do método de produção.

- *Sauvignon Blanc*: conhecida por seus sabores frescos e vibrantes de frutas cítricas, maracujá e ervas.
- *Riesling*: uma uva que pode produzir vinhos que variam de secos a doces, com notas de maçã verde, pêssego e minerais.
- *Pinot Grigio/Pinot Gris*: muito popular na Itália e nos EUA, produz vinhos leves e frescos com sabores de pera e melão.

UN GESTO

DAL 1877

**Barilla**<sup>®</sup>

D'AMORE



Na Itália, a caixinha azul de Barilla é sinônimo de massa de qualidade, perfeitamente al dente, o que garante o sucesso das receitas.



No Rio Grande do Sul, Barilla é líder na categoria de massas grano duro, com 60% de participação das vendas em valor\*. Essa liderança nesse segmento, que é considerado premium dentre os vários tipos de massas existentes no Brasil, reforça o quão a marca está preparada para atender as diferentes necessidades de consumo dos brasileiros.

E pensando no paladar dos brasileiros, aqui no Brasil a Barilla também atua no segmento de Massas com Ovos.

As massas com ovos Barilla são elaboradas com trigo tenro - típico no Brasil, e com ovos de galinhas livres de gaiolas, sendo a primeira marca de massas a ser certificada e reconhecida com o selo de bem-estar animal.



O mix de produtos das massas com ovos Barilla é diversificado com os formatos de preferência nacional; com textura macia, porém soltinha e que não quebra. Isso porque além de receita italiana, possui toda expertise e inovação que só a marca líder na Itália poderia oferecer.



A combinação de todos esses atributos com a natureza aspiracional da marca Barilla resulta em um mix altamente rentável.

E este ano a Barilla inovou mais uma vez, lançando a nova linha de massas Sem Glúten, com nova embalagem e nova receita, produzida a partir de um blend selecionado de arroz e milho amarelo.



WWW.BARILLA.COM.BR

/BarillaBR

/BarillaBR



© iStock.com/OksanaKüran

## Peixe vai sempre bem acompanhado por um vinho branco

Serra da Mantiqueira, conquistaram respectivamente três, duas e três premiações.

A etapa reuniu 350 especialistas de todo o setor vitivinícola do mundo que provaram quase 7.500 vinhos brancos e tintos de 42 países de todas as regiões do planeta. Esses peritos (compradores, jornalistas, comerciantes de vinho e enólogos, entre outros.) representaram 45 nacionalidades e provaram às cegas os vinhos inscritos. A única informação que receberam sobre o vinho foi o seu ano de colheita. De todos os vinhos inscritos, apenas 30% levam uma medalha para casa.

Nas palavras de Baudouin Havaux, presidente do Concurso Mundial de Bruxelas, os vinhos e destilados brasileiros estão em alta e hoje são reconhecidos internacionalmente. “A demanda interna por vinho no Brasil também aumentou nos últimos anos”, explica. O Estado de São Paulo, com seus 38,7 milhões de adultos, é o maior mercado de vinho do Brasil, respondendo por 32,1% do consumo (Mind-

## BENEFÍCIOS PARA A SAÚDE

O consumo moderado de vinho, especialmente o vinho tinto, tem sido associado a vários benefícios para a saúde. Aqui estão alguns dos principais:

■ **Saúde cardiovascular:** o vinho tinto contém antioxidantes como resveratrol e flavonoides, que podem ajudar a proteger o coração, aumentando os níveis de colesterol bom (HDL) e protegendo contra danos nas artérias.

■ **Longevidade:** alguns estudos sugerem que o consumo moderado de vinho pode estar associado a uma maior expectativa de vida devido às suas propriedades antioxidantes.

■ **Redução do risco de doenças crônicas:** o resveratrol no vinho tinto pode ajudar a prevenir doenças crônicas, como diabetes tipo 2 e doenças neurodegenerativas.

■ **Melhora na saúde mental:** o consumo moderado de vinho pode reduzir o risco de depressão e melhorar a função cognitiva.

■ **Propriedades anti-inflamatórias:** os antioxidantes presentes no vinho tinto têm propriedades anti-inflamatórias que podem ajudar a reduzir a inflamação no corpo.

■ **Proteção contra certos tipos de câncer:** alguns estudos indicam que o resveratrol pode ter propriedades anticancerígenas, ajudando a inibir o crescimento de células cancerígenas.

■ **Saúde digestiva:** o vinho tinto pode melhorar a digestão e promover uma microbiota intestinal saudável devido aos seus compostos fenólicos.

Miners/Wine). No final de abril a Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV) publicou um relatório anual que mostra uma tendência mundial de queda no consumo de vinhos. No Brasil, o resultado foi outro: o consumo aumentou e o brasileiro bebeu 11,6% mais vinho em 2023 em comparação ao ano anterior.

# VAMOS MUDAR O JOGO NO VAREJO!

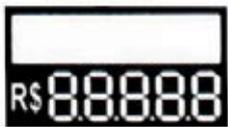
## Etiquetas de Preços de Alta Qualidade

+ DE 27.000  
Usuários no mundo

Impressora Edikio



SAIA DISSO:



PARA ISSO:



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

Pronto para transformar suas etiquetas de preço?



Saiba mais



### Nossas outras Soluções em Identificação

- Cartões de Fidelidade, Acesso, Presente, dentre outros;
- Comandas para Bares e Restaurantes;
- Crachás Funcionais, Credencias, Eventos, Cordões Personalizados para Crachás;
- Impressoras de Cartões e Cráchas, Softwares, Suporte Técnico e Manutenção.

Os Cartões são produzidos para quaisquer tecnologias de leitura (Cód. Barras, QR Code, CHIPS diversos).  
Informe-se conosco!



(51) 3094-9400

(51) 98043-6677 WhatsApp

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

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

IDENTISUL  
Solução em Identificação

30  
ANOS





## Produto gaúcho tem qualidade comprovada em concursos

### DO PLANTIO À COLHEITA

No Rio Grande do Sul, a viticultura é uma atividade agrícola de grande importância, e a região é conhecida por suas vinícolas e produção de vinhos de alta qualidade. As épocas de plantio e colheita de uvas, bem como a produção de vinhos, seguem um ciclo anual que depende das condições climáticas da região. O plantio das uvas ocorre de maio a agosto, geralmente, quando a planta está em dormência. Esse período permite que as raízes se estabeleçam antes do início do crescimento vegetativo na primavera. De setembro a novembro, as videiras começam a brotar. Durante esse período, ocorrem a floração e a formação dos cachos de uva.

No verão, de dezembro a fevereiro, as uvas amadurecem com a exposição solar, essencial para o desenvolvimento de sabores, açúcares e ácidos. É uma fase crítica em que os viticultores monitoram de perto as condições das vinhas. A colheita é realizada de fevereiro a abril. A época exata pode variar dependendo da variedade da uva e das condições climáticas específicas de cada ano. As uvas são colhidas quando atingem o equilíbrio ideal entre açúcar e acidez, essencial para a produção de vinhos de qualidade.

Após a colheita, as uvas são rapidamente transportadas para as vinícolas para o processo de vinificação. As etapas incluem desengace, esmagamento, fermentação, maturação e engarrafamento. O tempo necessário para cada uma dessas etapas pode variar dependendo do tipo de vinho sendo produzido. Muitos vinhos, especialmente os tintos, passam por um período de maturação

em barris de carvalho, que pode durar de alguns meses a vários anos. Esse processo é crucial para o desenvolvimento de sabores e aromas complexos.

### SABORES DISTINTOS

A fabricação dos vinhos tinto, branco e rosé envolve processos distintos que resultam nas características únicas de cada tipo de vinho. Aqui estão as diferenças principais:

O vinho tinto utiliza uvas tintas e a fermentação da fruta ocorre com casca, permitindo que os pigmentos, taninos e sabores delas sejam extraídos. Após a fermentação, o vinho é prensado para separar o líquido das cascas e sementes. Essa variedade é frequentemente envelhecida em barris de carvalho.

O vinho branco pode utilizar tanto uvas brancas quanto tintas (com as cascas removidas antes da fermentação). Geralmente é envelhecido em tanques de aço inoxidável, embora alguns possam ser envelhecidos em barris de carvalho. Tem sabor mais leve e fresco.

O vinho rosé utiliza uvas tintas. Elas são esmagadas e as cascas ficam em contato com o suco por um curto período, apenas o suficiente para extrair uma leve coloração rosa. Depois são removidas e o suco é fermentado. É comumente envelhecido em tanques de aço inoxidável para manter a frescura e os aromas frutados.

#### SAIBA MAIS:

- Os maiores produtores de vinho no mundo são classificados com base na quantidade de vinho produzido anualmente: Itália, França, Espanha são os primeiros, seguidos por Estados Unidos, Argentina e Chile. O Brasil está na 14ª posição.
- O RS é o maior produtor de vinhos do país. O Estado abriga 539 vinícolas.
- O gaúcho apresenta um consumo de vinho *per capita* 3x maior do que a média nacional: 6 litros *per capita*/ano.
- O clima frio aumenta o consumo em 30%.
- O complexo econômico da uva e derivados representa aproximadamente 2% do PIB gaúcho.

# AGENDA AGAS

## *courses livres*

[CURSOS@AGAS.COM.BR](mailto:CURSOS@AGAS.COM.BR) | (51) 2118-5230

SET

- 4/9 e | RESOLUÇÃO CRIATIVA DE PROBLEMAS *Online*  
6/9 | COM JANER COSTA
- 14/9 | BOAS PRÁTICAS NA MANIPULAÇÃO DE ALIMENTOS  
| COM CAROLINE FREITAS
- 26/9 | FORMAÇÃO DE AGENTES DE PREVENÇÃO DE PERDAS  
| COM GUSTAVO FAUTH

OUT

- 5/10 | USO DE FERRAMENTAS GOOGLE NA GESTÃO  
| COM FÁBIO MAIA
- 16/10 e | GESTÃO DE PROCESSOS EM SUPERMERCADOS *Online*  
18/10 | COM HENRIQUE OYARZABAL
- 19/10 | COMUNICAÇÃO PARA LÍDERES E ENCARREGADOS  
| COM FRANCISCO LUMMERTZ

NOV

- 9/11 | FORMAÇÃO DE CARTAZISTAS  
| COM KATIA LESSA
- 20/11 e | ELIÉZER MONTEIRO *Online*  
22/11 | COM ROTINAS DE DP

REALIZAÇÃO



PATROCÍNIO



# SOLUÇÕES COMPLETAS PARA SUA LOJA.



Ilhas self com R290 - Propano



- ▶ *Expositores remotos e com máquina acoplada;*
- ▶ *Gôndolas;*
- ▶ *Check-outs;*
- ▶ *Porta Paletes;*
- ▶ *Casas de máquinas;*
- ▶ *Câmaras frigoríficas.*

Conheça nossa  
linha de produtos



Gôndolas e porta paletes



Check-outs e self check-outs

# VENDA MAIS, COM MELHORES RESULTADOS.



Patente Requerida

**EXTRA  
VISION**

Exclusivas portas transparentes, as mais modernas e seguras do mercado



Expositores remotos



Casas de máquinas



# HABEMUS FEIRA

# T

teremos ExpoAgas em 2024, apesar das enchentes que assolaram o Estado, causando muitos danos também ao Centro de Eventos da Fiergs. A 41ª Convenção Gaúcha de Supermercados está mantida em suas datas originais, entre 20 e 22 de agosto, graças a uma mobilização inédita de centenas de trabalhadores imbuídos na recuperação do local. O anúncio da confirmação ocorreu em *live* transmitida pelo YouTube

no dia 20 de junho pela Agas. Em 2023, a feira reuniu 62 mil pessoas e movimentou R\$ 652,6 milhões em negócios, congregando 496 expositores no mesmo centro de eventos.

A transmissão reuniu supermercadistas, expositores, autoridades e membros da imprensa, e foi liderada pelo presidente da Agas, Antônio Cesa Longo. Segundo ele, a opção por manter o evento nas datas originais tem relação direta com a reconstrução do Estado e com o apoio que todo o Brasil está prestando aos gaúchos. “É hora de darmos as mãos e realizarmos este grande encontro como um motor da retomada de toda a economia gaúcha, já que dois terços dos nossos expositores são gaúchos e o Brasil quer impulsionar os nossos produtos.”

## ADEQUAÇÕES

O Centro de Eventos da Fiergs trabalha para restabelecer o uso de todas as suas instalações, mas o Teatro do Sesi e as salas adjacentes ao prédio administrativo não ficarão prontas a tempo. “Construiremos uma arena de qualificação, realizando as palestras em uma área coberta no estacionamento. De todos os nos-

Larry Silva/Agas



Mobilização em prol da recuperação das instalações da Fiergs possibilita realização da ExpoAgas 2024 em suas datas originais, entre 20 e 22 de agosto

NEUGEBAUER CO.

# Barras recheadas *nôig*

Uma combinação  
perfeita de sabores  
em cada mordida

Conheça os sabores  
exclusivos e selecionados  
para uma experiência única.



 @queroneugebauer  
 @queroneugebauer  
neugebauer.com.br



Divulgação/Capacità Eventos

## Maju Coutinho fala sobre motivação e desafios do jornalismo



Divulgação/Capacità Eventos



Divulgação/Capacità Eventos

## Paulo César Tinga e Barrichello são nomes confirmados

sos 496 expositores previstos no projeto inicial, apenas oito, que ficariam alocados em uma área que chamamos de Área Vip, exclusiva a convidados, estarão impossibilitados e serão realocados para outro espaço.

Logo, a ExpoAgas 2024 será executada como em seu projeto inicial, à exceção da Área Vip, e das palestras magnas e as programações do Agas Jovem e do Agas Mulher, que eram costumeiramente realizadas no Teatro do Sesi, agora serão reprogramadas para esta nova arena do conhecimento, em estrutura com lonas a ser montada no estacionamento. A solenidade oficial abertura, que ocorreria na manhã do dia 20 de agosto,

será antecipada para o Jantar de Boas-Vindas do evento, marcado para a noite de 19 de agosto na Casa NTX, em Porto Alegre. As palestras do Centro de Aperfeiçoamento Técnico (CAT) vão para o segundo andar do salão de exposições, juntos dos estandes pré-projetados para pequenas empresas.

## APOIO DAS AUTORIDADES

O governador do Estado, Eduardo Leite, enviou um vídeo com sua mensagem sobre a importância da ExpoAgas para a reorganização da economia gaúcha. “É um evento que se somará a este movimento de reconstrução que todos estamos fazendo. A ExpoAgas é um evento importante por si só, em períodos normais, e agora será fundamental. O Estado dá suporte, ferramentas e incentivos para esta reconstrução, mas é o empreendedorismo privado que vai reconstruir o Rio Grande do Sul com força, disposição e rapidez”, afirmou Leite.

O presidente eleito da Fiergs, Cláudio Bier (empossado no dia 18 de julho), garantiu mobilização total das equipes da Federação para otimizar o Centro de Eventos até a data da ExpoAgas 2024. “Somos parceiros de primeira hora. A ExpoAgas é uma mola propulsora para alavancar o nosso Estado. Precisamos nos reerguer, está na hora de olhar para a frente e falar de coisas boas. Somos um povo trabalhador e competente e vamos sair dessa situação”, garantiu.

O presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), João Galassi, elogiou a coragem dos gaúchos neste momento de retomada. “O Rio Grande do Sul sempre produziu muito para o Brasil. Sua reconstrução exigirá mais do que todas as contribuições que todos já estamos fazendo, mas um projeto de longo prazo que contemple os setores público e privado. É como se um amigo que sofreu um acidente grave precisasse fazer fisioterapia alguns meses para se recuperar, e ele necessitará de recursos para isso”, comparou.

## ATRAÇÕES CONFIRMADAS

Grandes nomes já estão confirmados para as palestras magnas diárias, na parte da manhã. São oportunidades para o empresariado conhe-



**SuperAção**  
É A NOSSA MARCA



41ª Convenção  
Gaúcha de  
Supermercados



**EXPOAGAS 2024**

**SORTEIO**

A cada R\$ 1.000,00 em compras junto aos expositores, os visitantes concorrem a 6 notebooks e um automóvel Fiat Strada

Patrocínio Global



cer histórias motivadoras e reflexões de grandes mentes da modernidade. No dia 20, às 10h30, o evento recebe o ex-jogador de futebol Tinga e convidados, como o comunicador Duda Garbi e os empresários Clóvis Tramontina e Ricardo Vontobel. No dia 21, as atrações serão a jornalista da Globo Maju Coutinho (9h) e, na sequência (10h30), o ex-piloto da Ferrari Rubens Barrichello diz como as mudanças apresentam oportunidades de melhora. Na quinta-feira, dia 22, o especialista em inovação e transformação digital Arthur Igreja abre os trabalhos às 9h. Ele é sucedido às 10h30 pelo professor e comunicador Dado Schneider, especialista em marketing e comportamento das novas gerações.

Além disso, o Centro de Aperfeiçoamento Técnico (CAT) trará outras oportunidades de qualificação e debates durante os três dias. No dia 22, às 15h, ocorrerá o Seminário Jurídico,

cujo tema será *Reforma Tributária: impactos para os setores público e privado*. O mediador do debate entre tributaristas será o desembargador Francisco José Moesch.

## AGAS JOVEM E AGAS MULHER

No dia 20, às 15h, o Agas Jovem convida o poeta e colunista de Zero Hora Fabrício Carpinejar para uma conversa sobre temas que interessam aos jovens sucessores. É bom lembrar que o grupo Agas Jovem está trazendo dezenas de novos líderes de outros estados para o II Encontro Nacional de Jovens Supermercadistas, em uma programação que já inicia no fim de semana anterior à feira e que vai contemplar, também, os 270 membros do núcleo jovem gaúcho.

No dia 21, às 15h, a janela da programação do Agas Mulher traz um painel com a psicóloga, treinadora comportamental e autora *best-seller* Fernanda Tochetto, a psicóloga e fundadora da plataforma Somos Somas, Cynthia Requena, e a empresária e influenciadora digital Manuela Bordasch, conhecida por ser cofundadora da plataforma *Steal The Look*.

## SORTEIO DE AUTOMÓVEL

Na quarta-feira, 21 de agosto, a ExpoAgas sorteia três *notebooks*, às 10h. No dia seguinte (22), no mesmo horário, mais três *notebooks*. Mas o melhor fica guardado para o final, às 21h, no encerramento do evento. É quando ocorrerá o sorteio de um automóvel zero quilômetro. Cada R\$ 1 mil em compras nos estandes dão direito a um cupom.

### Influencer Manuela Bordasch abrilhanta Agas Mulher



Divulgação/Capacitá Eventos



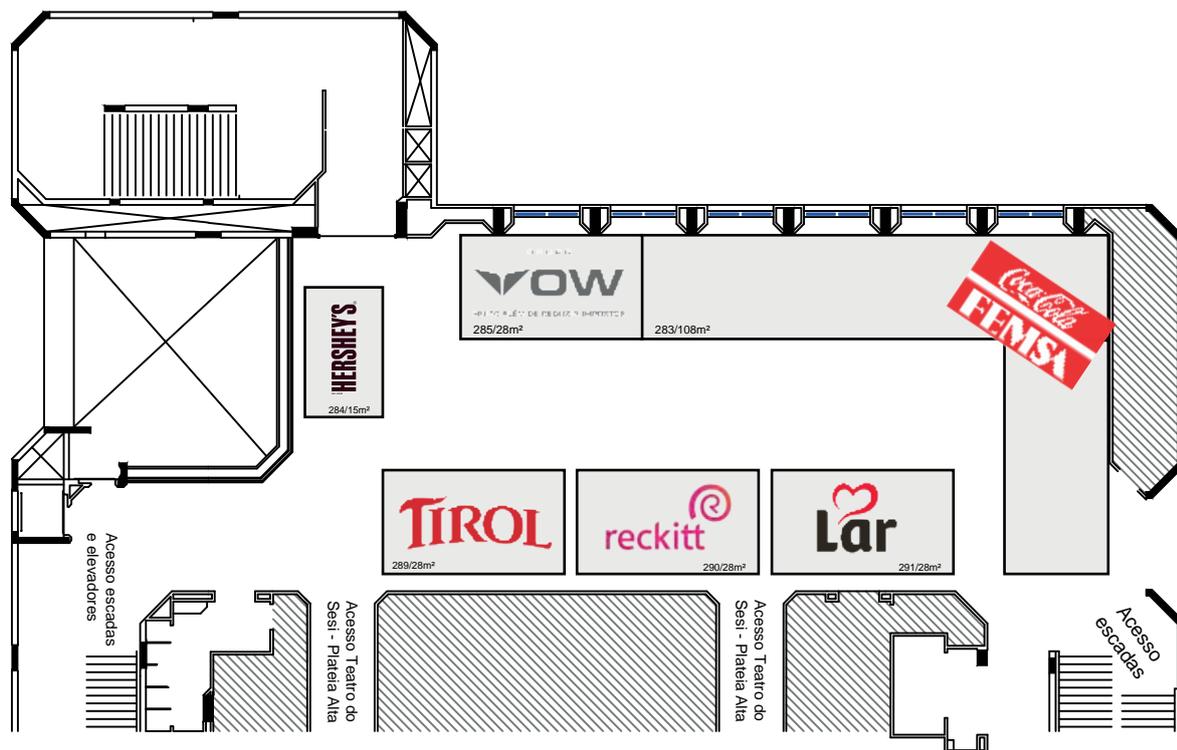
Divulgação/Capacitá Eventos

### Arthur Igreja revela tendências inovadoras nos negócios

#### SERVIÇO

- **O que:** 41ª Convenção Gaúcha de Supermercados – ExpoAgas
- **Quanto:** de 20 a 22 de agosto
- **Onde:** Centro de Eventos Fiergs (Av. Assis Brasil, 8787, Porto Alegre)
- **Inscrições gratuitas para varejistas** no site [www.agas.com.br](http://www.agas.com.br)
- **Sorteios:** cada R\$1.000 em compras nos expositores dão direito a um cupom para ganhar seis *notebooks* e um automóvel zero quilômetro

# MAPA OFICIAL - ÁREA VIP



## PATROCÍNIO OURO:



## PATROCÍNIO PRATA:



# MAPA OFICIAL

## CIRCUITO DE NEGÓCIOS - I ANDAR



Frubelle 272/9m <sup>2</sup>	Casa dos Cereais 279/9m <sup>2</sup>	Asgav 278/9m <sup>2</sup>		Justo Assessoria 276/9m <sup>2</sup>	Nuty Açaí 273/9m <sup>2</sup>	Logicbox 275/9m <sup>2</sup>	Metiq 277/9m <sup>2</sup>
---------------------------------	---	------------------------------	--	---	----------------------------------	---------------------------------	------------------------------

### Espaço Premium



232/21m<sup>2</sup>

Porto  
Balanças

238/21m<sup>2</sup>

LOUNGE

LOUNGE

Garoto

NESCAFÉ

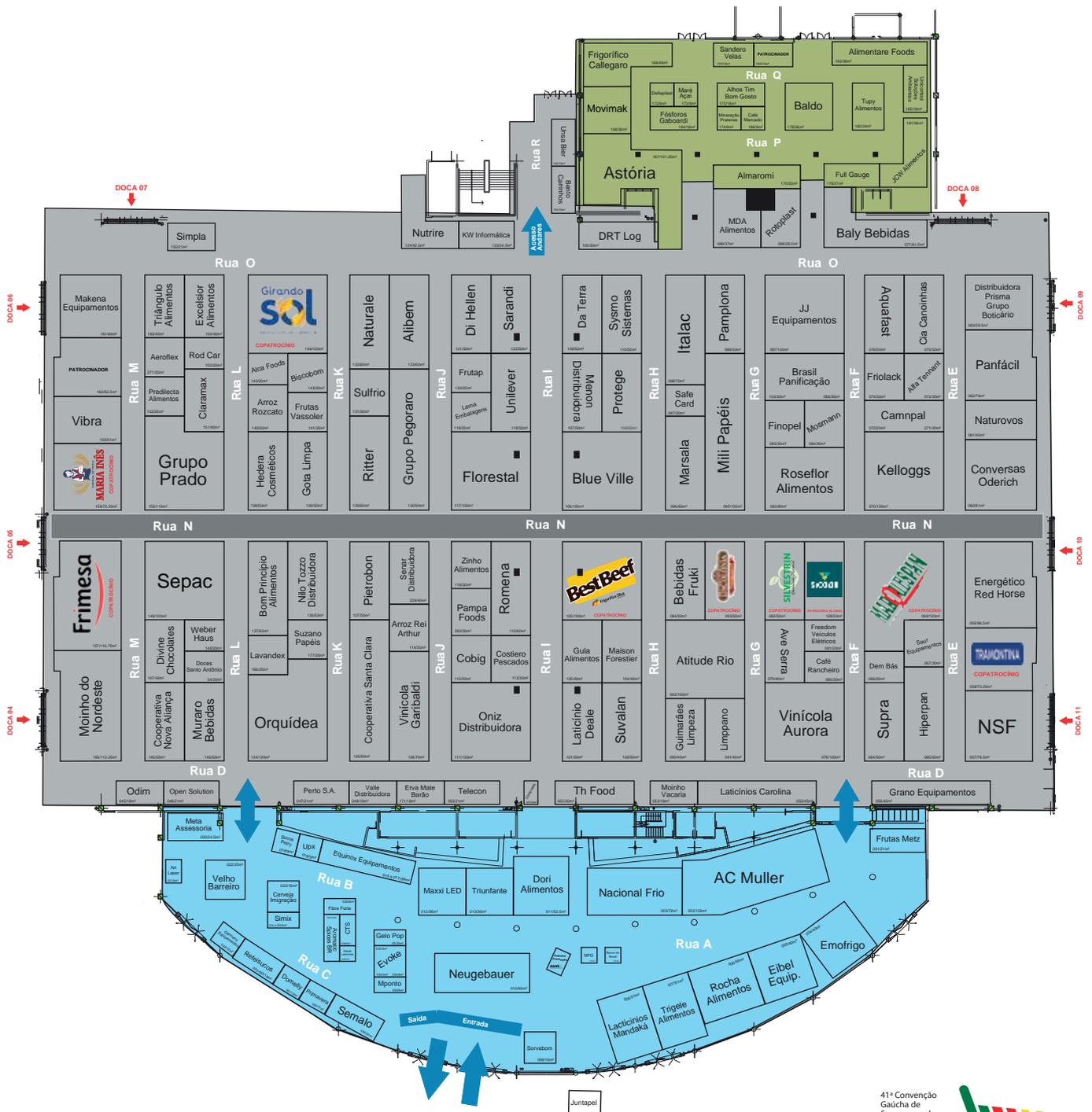
239/60m<sup>2</sup>

# MAPA OFICIAL

## CIRCUITO DE NEGÓCIOS - II ANDAR



# MAPA OFICIAL - TÉRREO





# SuperAÇÃO

É A NOSSA MARCA

41ª Convenção  
Gaúcha de  
Supermercados



## EXPOAGAS 2024

Patrocínio



Copatrocínio



Realização



Apoio



# É TUDO SOBRE ENTREGA

**O** sucesso de um supermercado está intimamente ligado à eficiência da logística. Este processo envolve planejamento, controle de finanças, produção, armazenamento e transporte, sendo essencial para a infraestrutura do negócio. Compreender e planejar meticulosamente cada etapa logística é importante para assegurar a satisfação do cliente. No Brasil isso se torna ainda mais trabalhoso e a logística enfrenta desafios complexos devido à vasta extensão territorial e à infraestrutura rodoviária deficiente. Esses desafios se tornaram mais evidentes no Rio Grande

do Sul, que recentemente foi assolado pela histórica enchente, afetando severamente as estradas e a capacidade de abastecimento na região.

A tragédia no Rio Grande do Sul colocou um desafio para a cadeia de suprimento nessa área. As estradas foram devastadas pela força das águas, deixando muitas vias intransitáveis. O aeroporto Salgado Filho, em Porto Alegre, permanece fechado por tempo indeterminado, dificultando ainda mais o transporte de cargas.

Muitos centros de distribuição foram alagados, resultando na perda de estoques, o que afetou significativamente a disponibilidade de alimentos, itens básicos e até mesmo refrigerantes. A situação crítica ressaltou a importância de uma logística resiliente e bem planejada para garantir a continuidade das operações e minimizar os impactos sobre os consumidores.

Para o presidente do Sindicato das Empresas de Transportes de Carga e Logística no Estado do Rio Grande do Sul (Setcergs), Sérgio Mário Gabardo, esse período revelou a resiliência do povo brasileiro. “Nosso setor demonstrou sua essencialidade, como provado durante a pandemia e as enchentes de 2023. Trabalhadores e caminhões foram fundamentais, transportando freneticamente alimentos, roupas, água e medicamentos, conectando pontos de arrecadação aos locais de acolhimento dos desabrigados e garantindo a continuidade dos serviços essenciais.”

©iStock.com/Cristalov



Brasil enfrenta desafios logísticos significativos devido ao vasto território, mas o setor mantém crescimento, apesar dos eventos recentes que catalisam mudanças



Muitas transportadoras, enfrentando dificuldades financeiras e operacionais, contribuíram de diversas formas. Algumas doaram recursos financeiros, tempo e estrutura, transformando-se em pontos de coleta e triagem de doações, além de bases de apoio para distribuição em áreas afetadas. “Empresas de transporte abriram suas portas para servir como depósitos de triagem de doações e bases de apoio. Outras, mesmo impactadas, ajudaram financeiramente e, através de suas redes de comunicação, arrecadaram valores e mobilizaram parceiros”, completa Gabardo.

#### SEGURANÇA EM PRIMEIRO LUGAR

Para enfrentar esses desafios, é fundamental que as empresas adotem soluções logísticas inovadoras. A implementação de sistemas de rotas inteligentes pode ajudar a identificar trajetos alternativos, minimizando atrasos e custos adicionais, sugere o presidente do Sindicato. A segurança é outra preocupação constante. O aumento da criminalidade e o roubo de cargas são problemas frequentes que afetam negativamente a cadeia de suprimentos. Investir em tecnologias de geolocalização e rastreamento

pode melhorar a segurança das operações logísticas, permitindo o monitoramento em tempo real dos veículos e cargas, e reduzindo os riscos de roubo e perdas.

#### TECNOLOGIA E TENDÊNCIAS

A tecnologia, de maneira geral, é um ponto a se ficar de olho. No Brasil, ainda há uma significativa defasagem tecnológica, com muitas empresas operando com processos manuais e sistemas desatualizados. A adoção de sistemas automatizados, como software de gestão de armazéns e aplicativos para logística, pode aumentar a eficiência, reduzir erros e melhorar a comunicação entre as equipes.

Há, no entanto, várias empresas que já atuam nesta área, uma delas é a Spark, que desenvolve soluções avançadas em *hardware* e *software* para intralogística desde 2013. Suas tecnologias estão projetadas para otimizar e modernizar os processos logísticos, incluindo sistemas sofisticados de automação de armazéns, plataformas de gestão logística e ferramentas de monitoramento em tempo real. “Nosso WMS inteligente, que aliado aos coletores vestíveis, tem proporcionado um aumento médio

---

**Gestão de estoque e redução de custos dependem diretamente da logística**

---



## Setor ainda corre atrás de maior especialização tecnológica

de produtividade superior a 30% para nossos clientes. Recentemente, desenvolvemos também um inventário de estoque realizado por drone totalmente autônomo”, menciona o representante Eduardo Mazzarolo.

“Com esta solução, nossos clientes experimentaram um aumento médio de 5 vezes na velocidade de realização do inventário do armazém. Processos que costumavam levar de 5 a 6 semanas para serem concluídos foram reduzidos para apenas uma semana. Além de mais rápido, preciso e econômico, é significativamente mais seguro do que os métodos manuais de inventário de materiais paletizados”, enfatiza ele.

A logística para supermercados está evoluindo com diversas tendências que já são realidade e continuarão a se fortalecer. A automação e a robótica estão cada vez mais presentes nos armazéns, melhorando a produtividade na separação e movimentação de pedidos. O investimento massivo em análise de dados e o uso de Inteligência Artificial e Machine Learning são essenciais para estratégias mais precisas, incluindo previsões de demanda otimizadas.

## IMPACTO DAS TRAGÉDIAS NATURAIS

“A sociedade precisa reconhecer a essencialidade do segmento de transporte e logística. Muitas empresas estão à beira do colapso, enfrentando exaustão financeira, operacional e emocional. A recente enchente no RS afetou severamente muitas empresas do setor”, destaca Gabardo, do Setcergs.

“Diante dessa realidade, o Setcergs apela urgentemente pelo apoio dos governos municipal, estadual e federal. Medidas como isenção de pedágios, descontos no diesel, e redução do ICMS são essenciais para mitigar os impactos diários”, completa. Além das dificuldades na liberação de recursos, o Setcergs expressa preocupação com os critérios geográficos impostos pelos governos, que restringem o acesso aos benefícios apenas às empresas localizadas nas áreas inundadas. “O transporte rodoviário é móvel, e os prejuízos não se limitam às localizações específicas das empresas. O impacto financeiro afeta direta e indiretamente o setor de transporte, com algumas transportadoras registrando quedas de até 60% no faturamento”, explica Gabardo.

Não deixe a história de sua empresa passar em branco



**CONTEÚDO JORNALÍSTICO EMPRESARIAL**

[www.tematica-rs.com.br](http://www.tematica-rs.com.br) / [admin@tematica-rs.com.br](mailto:admin@tematica-rs.com.br) / ☎ (51) 99948-5511



# DESTAQUES

## VITÃO ALIMENTOS

### PRODUTOS COM PERSONAGENS DA DISNEY

A magia dos personagens Disney aparece na linha de produtos licenciados e edições limitadas, incluindo biscoitos, bolinhos, *snacks*, cereais matinais e rolinhos. A marca adiciona exclusividade aos produtos, tornando-os desejáveis para colecionadores e fãs da Casa do Mickey.



Divulgação/Vitão Alimentos

## SANTA CLARA

### NOVIDADE FORTIFICADA

Chegou ao mercado o Leite Sênior 50+ na versão UHT, para consumidores acima de 50 anos. O produto, que é zero lactose e semidesnatado, contém 30% de cálcio e 15% das vitaminas E, D e B12, além de ser uma fonte de fibras. Indicado também para pessoas com intolerância à lactose e altos níveis de colesterol.



Divulgação/Santa Clara



Divulgação/Pamplona Alimentos

## PAMPLONA ALIMENTOS

### CHEGARAM AS PIZZAS ARTESANAIS

A indústria catarinense lançou uma linha de pizzas *gourmet* artesanais. Disponíveis nos sabores Bacon e Catupiry, Calabresa e Pepperoni, elas são pré-assadas e congeladas. O produto é de rápido preparo, feito com massa leve, molho de tomate e farinha 100% italiana.



Divulgação/Nestlé

## NESTLÉ

### UMA HOMENAGEM AO RS

Em comemoração à Semana Farroupilha, a Garoto lançou uma edição limitada do chocolate ao leite com um novo logotipo, chamado "Guri". Esta edição especial celebra as tradições gaúchas e destina parte das vendas para a ONG Habitat para a Humanidade, apoiando a reconstrução de casas afetadas pelas recentes enchentes.

## VINÍCOLA GARIBALDI

### AUMENTA FAMÍLIA DE VINHOS

A Cooperativa Vinícola Garibaldi lança o Garibaldi VG Tannat, seu quarto vinho *premium*, destacando a excelente adaptação da casta francesa no terroir uruguaio, agora cultivada na Serra e Campanha Gaúcha. O vinho tem uma coloração rubi intensa e um perfil aromático de especiarias, couro e madeira, com estágio de dez meses em carvalho.



Divulgação/Vinícola Garibaldi

## OREO

### BISCOITOS PERSONALIZADOS DA SÉRIE WANDINHA

Oreo se uniu à Amazon MGM Studios e à Netflix para uma colaboração com a série de sucesso Wandinha. Em edição limitada, as embalagens e biscoitos são personalizados com as personagens icônicas da série: Wandinha, Enid e Mãozinha.



Divulgação/Oreo

Divulgação/M. Dias Branco



## M. DIAS BRANCO

### MASSA LÂMEN ZERO FRITURA

A Adria lança uma inovação em massas: o macarrão lâmen zero fritura e com teor reduzido de sódio. Disponível em sabores como galinha, galinha caipira e carne, além de opções infantis como tomate, carne suave e galinha suave, a novidade será lançada em embalagens de 75g.



Divulgação/Johnson's

## JOHNSON'S

### EXPANSÃO NA LINHA INFANTIL

A Johnson's apresenta novos tamanhos para sua linha de shampoos Blackinho Poderoso e Gotas de Brilho, agora disponíveis em embalagens de 200ml, além das já existentes de 400ml. A ampliação visa a oferecer opções menores e mais acessíveis, atendendo às necessidades específicas dos cabelos das crianças.

## O BOTICÁRIO

### FRAGRÂNCIAS DE MELANCIA

A Egeo, marca de perfumaria de O Boticário popular entre a Gen Z, lança Egeo Melancia, uma nova edição especial com duas fragrâncias: Egeo Fresh Meli e Egeo Sweet Meli. Disponíveis exclusivamente no e-commerce, Egeo Fresh Meli oferece um aroma frutal amadeirado com notas florais aquáticas, enquanto Egeo Sweet Meli destaca a polpa doce da fruta.

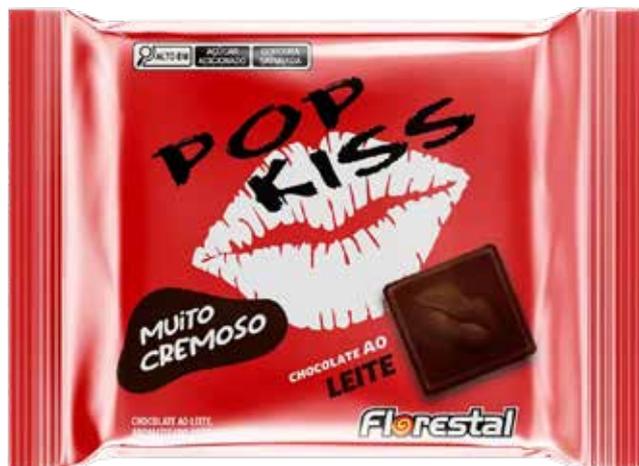


Divulgação/O Boticário

## BOAVISTENSE/FLORESTAL

### LINHA DE CHOCOLATES POP KISS

A Pop Kiss, conhecida por seus pirulitos em formato de boca, agora lança uma linha de chocolates quadrados em parceria com a Florestal. A nova linha inclui tabletes de 60g e 20g com cinco sabores: chocolate ao leite, amendoim, avelã, caju e branco. O chocolate de 60g é dividido em 9 quadradinhos, cada um com o desenho da famosa boca.



Divulgação/Boavistense/Florestal



Divulgação/Jasmine

## JASMINE

### OPÇÃO SAUDÁVEL PARA LANCHES

A Jasmine Alimentos lança o Biscoito de Milho de 130g, uma opção saudável e leve para cafés da manhã e lanches intermediários. Com 23kcal por unidade, o biscoito é 100% natural, vegano, livre de gorduras e sódio, e feito com milho não transgênico.



Divulgação/Neugebauer



## NEUGEBAUER

### NOVAS EMBALAGENS PERMITEM DOAÇÕES

A Neugebauer lança novas embalagens para suas barras de chocolate ao leite (60g, 80g e 130g) e para o doce de leite Mu-Mu. Elas incluem um QR-Code que permite doações via Pix para o Instituto Cultural Floresta, que atua em projetos de segurança pública e apoio às vítimas das enchentes.

## DACOLÔNIA

### DELÍCIAS PROTEICAS

A DaColônia lança duas novas barras de proteína: chocolate branco com morango e coco com castanha de caju. A primeira oferece 12g de proteína, enriquecida com tâmaras e castanhas de caju, sem açúcar adicionado e sem glúten. A segunda, com 13g de proteína, combina coco e castanha de caju, e inclui tâmaras e uvas passas, também livre de açúcar e glúten.



Divulgação/DaColônia

## BARILLA

### NOVA LINHA GLÚTEN FREE

As massas Barilla Glúten Free são preparadas com milho branco, milho amarelo e arroz, uma receita exclusiva da marca para oferecer sabor equilibrado e textura sempre *al dente*. Boa opção para quem abriu mão do glúten na sua dieta. A linha chega aos supermercados em embalagens de 500g. O tempo de cozimento é de 9 minutos.



Divulgação/Barilla



Divulgação/VidaVeg

## VIDAVEG

### LANÇAMENTO NO MERCADO DE SHAKES

A VidaVeg lança o *shake* proteico VegPro, disponível nos sabores morango e chocolate. Feito com aveia e ingredientes naturais, o VegPro é livre de açúcar, glúten, lactose e caseína, contendo 15 gramas de proteínas de alta digestibilidade e sem necessidade de refrigeração.



Divulgação/AquaFast

## AQUAFAST

### AROMATIZADOR DE AMBIENTES

Disponível em cinco fragrâncias, o difusor de aromas da indústria gaúcha oferece experiências sensoriais diferentes para agradar os consumidores: Amoras e Baunilha, Figo e Cedro, Flores Exóticas, Chá Verde e Grapefruit e Rosas e Magnólias.

# ENCONTRO DA DIRETORIA



## 17º Encontro de Diretoria AGAS

05 a 07 de julho de 2024 | Bento Gonçalves/RS

Patrocínio

MARQUESPAN AQUA FAST HERSHEY'S

GRUPO VOW GS1 ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO

# ESTRATÉGIAS ALINHADAS

# D

e 5 a 7 de julho ocorreu o 17º Encontro da Diretoria Agas, no Hotel Dall'Onder, em Bento Gonçalves. Dirigentes e representantes da Agas debateram, no encontro, as principais pautas do setor supermercadista gaúcho, com o objetivo de planejar as próximas ações da entidade. Questões técnicas, jurídicas e empresariais foram tratadas pelos 60 empresários presentes. Na oportunidade, o grupo ainda fez um balanço dos resultados das ações de ajuda às lojas atingidas pelas enchentes, planejou o segundo semestre de atividades e conferiu os últimos detalhes e

a programação completa da ExpoAgas. Restrito a convidados e com a presença de familiares, o encontro teve programação que ocupou toda a manhã e princípio da tarde de sábado, com jantar dançante à noite. Domingo a manhã foi livre e à tarde houve o retorno às cidades de origem. Os cinco patrocinadores tiveram a oportunidade de fazer uma apresentação no início, após a saudação presidencial. Em seguida, foram debatidos os resultados do Programa Ajuda RS, com depoimentos de supermercadistas afetados pelas enchentes.

Como de costume, foi revelada aos diretores e representantes a programação e as atrações da próxima ExpoAgas. O Jurídico falou sobre programas emergenciais de apoio e questões do ICMS. O Agas Jovem teve espaço para falar da missão para a Sial Paris, no ano que vem. Houve tempo também para a apresentação do projeto de reforma da sede da Agas, com construção de auditório com 180 lugares e espaço *gourmet* no último andar, entre outras novidades. Em seguida, foram tratadas questões eleitorais. O final foi reservado para assuntos gerais.

### PALAVRA DOS PATROCINADORES

O evento teve o patrocínio de Marquespan, Aquafast, Hershey's, Grupo Vow e GS1. O executivo da Associação Brasileira de Automação (GS1 Brasil), Paulo Crapina, saudou a força dos gaúchos e o orgulho de suas origens como

Fotos: Larry Silva/Agas



Empresários supermercadistas gaúchos reuniram-se em Bento Gonçalves para fazer balanço das ações do projeto Ajuda RS e discutir soluções do segmento



alicerces para atravessar as dificuldades. A entidade está incentivando a transição dos códigos de barra pelos novos códigos 2D. “Queremos que os produtos tragam mais informações e que todos os supermercados o adotem. Estamos fazendo a identificação de oportunidades por meio de pesquisa. Atualizem-se, vamos ajudá-los nessa evolução”, finalizou.

Rafael Mattos, presidente Grupo Vow, especialista em tributação de alimentos, deixou claro que sua missão é ajudar os supermercados nessa área. “Estamos em Porto Alegre, Brasília e São Paulo. Atendemos mais de mil supermercados. Hoje o sistema tributário está ficando *commodity*, porque vocês são assediados todo dia por um tributarista. Isso não funciona mais. Não dá para brincar com impostos. Vamos levar um trabalho sério e sustentável para vocês”, garantiu.

Alvones Serafim, gerente regional da Hershey’s no RS, mostrou novas oportunidades de *mix*, clusterização e exposição de chocolates nas gôndolas. “Vejam se suas lojas estão dando a essa categoria seu devido valor. Somos a empresa que mais cresce no país e a terceira que mais vende no Sul”, salientou. “O consu-

midor quer sabores diferenciados e oferecemos isso. Queremos colocar mais gente nesse rumo de crescimento acima da média. Teremos oito lançamentos para os próximos dias.”

A Aquafast foi representada por sua presidente Fernanda Faé. “Mais de 80% dos que estão aqui são nossos clientes hoje, o que não ocorria no ano passado. Somos de Guaporé e temos 23 anos de história. Estamos com 33% de crescimento, somos a terceira marca mais vendida em volume no Rio Grande do Sul e Santa Catarina”. Ela garantiu aos empresários excelente custo/benefício, proteção da margem de lucro e desenvolvimento da categoria de lavarengas e outros produtos.

João Paulo Lima, gerente comercial da Marquespan, celebrou os 25 anos da empresa gaúcha agradecendo o apoio do setor supermercadista. “Muitos de vocês que estão aqui fizeram a empresa chegar aonde chegou. São 100 milhões de pães produzidos por semana. Já atendemos a nove estados do Brasil. O sucesso é uma experiência coletiva”, reforçou. A empresa conta com 4 mil colaboradores, 600 caminhões de entrega e 600 veículos com representantes de vendas.

---

### Encontro da diretoria da Agas reuniu 60 empresários na Serra gaúcha

---

## O CAMINHO DE UM PRODUTO

O

Brasil é um dos países que mais avançou na adoção do Código 2D nas empresas, entre elas Stella d'Oro, Supermercado Pinheiro (CE), Supermercado Savegnago (SP), Supermercado Guanabara (RJ), Leroy Merlin, Coca-Cola, Nestlé, Sadia, BRF, NuRótulo e Vapza. Os dados são Associação Brasileira de Automação - GS1 Brasil, responsável pelo padrão global de identificação de produtos e serviços (Código de Barras e EPC/RFID) e comunicação (EDI e GDSN) na cadeia de suprimentos. A rastreabilidade de produtos configura-se como uma

ferramenta crucial para a segurança alimentar. Com a nova tecnologia, os produtos poderão ser escaneados por *smartphones*, tanto no ponto de venda quanto pelos consumidores em casa, tendo acesso a uma gama de informações muito mais ampla do que os códigos de barras tradicionais podem oferecer.

O processo de rastreabilidade, previsto pela INC 02/18 do Ministério da Agricultura (Mapa) e da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), envolve um conjunto de procedimentos que permite identificar a origem e acompanhar a movimentação de um produto ao longo de toda a cadeia produtiva, desde o cultivo até a prateleira do supermercado. Cada lote de produto recebe um código único, frequentemente representado em etiquetas com QR-Codes, o que permite que consumidores e autoridades saibam exatamente por onde e por quais processos o alimento passou. Esse sistema é essencial para garantir a segurança dos alimentos, a transparência da cadeia de suprimentos e a confiança do consumidor final.

### TRANSAÇÕES SEGURAS

João Carlos de Oliveira, presidente da GS1 Brasil, ressalta que práticas sustentáveis são promovidas por meio dessas tecnologias. Integrando *blockchain* e IoT, ele destaca que houve avanços significativos nos processos de rastreabilidade. As tecnologias oferecem transações

Divulgação/GS1 Brasil



A rastreabilidade nos permite contar a história completa do alimento, com detalhes precisos sobre origem e todos os estágios percorridos ao longo da cadeia produtiva



seguras, protegendo contra fraudes e adulterações, além de proporcionar transparência com informações detalhadas. O monitoramento de produtos perecíveis através de dispositivos eletrônicos, controle rigoroso das condições de armazenamento e transporte, redução de erros humanos na gestão de ativos e estoques, bem como a otimização de recursos, são os principais benefícios mencionados.

“A adesão ao *blockchain* e IoT permite que os supermercados utilizem o Cadastro Nacional de Produtos da GS1 Brasil como fonte confiável de informações para cada item registrado pelos fabricantes. Com mais de 80 milhões de produtos registrados apenas no Brasil, os padrões GS1 estão completamente alinhados com as novas

tecnologias emergentes”, enfatiza Oliveira.

Sobre a crescente demanda por transparência, o presidente explica que a GS1 está na vanguarda dos avanços futuros ao possibilitar que o consumidor tenha acesso a informações detalhadas por meio do *smartphone*. As embalagens agora interagem diretamente com o usuário conforme programação do fabricante. Por exemplo, um deficiente visual pode ouvir as informações da embalagem em áudio, enquanto um vídeo pode ser projetado no *smartphone* para oferecer uma experiência interativa com o produto. “Fabricantes de alimentos podem incluir dados nutricionais e receitas, materializando os conceitos da embalagem estendida sem limitações para a criatividade”, destaca.

---

**Gestão de estoque  
fica mais fácil  
com tecnologia de  
rastreamento**

---



## PROGRAMA RAMA

O Programa de Rastreabilidade e Monitoramento de Alimentos (Rama), iniciativa da Abras, exemplifica de maneira eficaz como a rastreabilidade pode ser implementada. Integrando informações de rastreabilidade com o monitoramento de defensivos agrícolas em frutas, legumes e verduras (FLV), o Rama realiza coletas de amostras nos pontos de venda para análises de resíduos de agrotóxicos, permitindo identificar rapidamente a origem de produtos contaminados. Isso estrutura planos de ação para garantir a segurança alimentar de maneira ágil. Participando de forma voluntária, mais de 60 redes no Rama recebem orientações para incentivar seus fornecedores a adotarem boas práticas agrícolas e planos de ação.

Giampaolo Buso, diretor comercial da PariPassu, destaca que muitos produtores e

distribuidores enfrentam desafios na gestão e conhecimento de suas redes de parceiros comerciais. “A rastreabilidade atua como espinha dorsal que organiza processos e apoia a implementação de controles para produção e distribuição de alimentos”, explica. Para aqueles menos familiarizados, estruturar esses processos pode ser inicialmente desafiador, mas traz benefícios significativos.

“O Programa Rama proporciona maior visibilidade sobre a segurança dos produtos fornecidos, promovendo também maior sinergia entre varejistas e distribuidores, fortalecendo os elos da cadeia”, ressalta o diretor da PariPassu. Os principais desafios incluem capacitação dos profissionais envolvidos, comunicação entre diferentes áreas, retrabalho na coleta e registro das informações, e organização interna. “O Rama auxilia na capacitação desses profissionais para utilizar eficientemente as soluções de rastreabilidade”, complementa. A plataforma de rastreamento da empresa facilita a integração entre sistemas, otimizando o tempo e evitando retrabalhos nas operações.

## TECNOLOGIA E IA COMO ALIADAS

“Os próprios sensores, drones e Inteligência Artificial já estão sendo utilizados no setor agrícola, que está se tornando cada vez mais tecnológico. O famoso ‘agro é tech’. O grande desafio é integrar esses dispositivos ao sistema de rastreabilidade, permitindo a identificação de falhas nos manejo de campos e um maior controle na aplicação de agroquímicos. Isso não apenas aumenta a produtividade, mas também torna os processos agrícolas mais eficientes e seguros”, explica.

### BALANÇO DO PROGRAMA RAMA 2023

■ Evolução do volume rastreado: de 2013 a 2022, passou de 704 mil toneladas para 2.600 mil toneladas (+269%)

■ Evolução do número de amostras: de 133 em 2013 para 2.400 em 2022 (+1804%)

■ Evolução da conformidade: de 69% em 2013 para 82% em 2022

■ Volume (em toneladas) por produto: Batata 290 mil / Banana 255 mil / Laranja 220 mil / Cebola 195 mil / Tomate 182 mil

■ Universo avaliado: 994 fornecedores / 66 supermercados / 20 estados



# Flor de abril

DISTRIBUIDORA

FALE CONOSCO



DISTRIBUIDOR OFICIAL DR. SCHÄR  
EM TODO O RIO GRANDE DO SUL

ATENDENDEMOS E ENTREGAMOS  
EM TODO O RIO GRANDE DO SUL.

(51) 99357-0024

FLORDEABRILDISTRIBUIDORA

MAXDIAS@FLORDEABRILDISTRIBUIDORA.COM.BR

WWW.FLORDEABRILDISTRIBUIDORA.COM.BR



NUTRATA nutri santi



da nutri



Desde 1988  
HOMEMADE  
Sabores e Tradições

TERRA  
BRASIL  
DOCES PREMIUM

cajueiro  
Cajueiro

## JUNTOS SOMOS UM SÓ

# U

ma parceria entre a Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs) e a Agas resultou na criação do Selo da Indústria Gaúcha. O objetivo da iniciativa é valorizar e incentivar o consumo de produtos oriundos do Estado em todo o Brasil. Em solidariedade, a Associação Brasileira de Supermercados (Abras) abraçou a ideia. “São selos em produtos, cartazes e outras comunicações nos pontos de venda, fomentando o consumo de produtos da indústria gaúcha. Comprar produtos do RS também é uma forma de ajudar”, justifica o presidente da Agas, Antônio Cesa Longo.

O selo, com diferentes aplicações (selo, cartaz, *wobbler* e cancela de estacionamento), está disponível no site da Agas para que as empre-

sas possam baixá-lo e aplicá-lo em suas lojas e produtos. Além do selo, a entidade também colocou neste espaço em seu site um guia com orientações sobre equipamentos, um manual prático para líderes e gestores de RH, orientações gerais aos fornecedores, e o link para *download* do aplicativo Ajuda Sul.

Desenvolvido por profissionais gaúchos, esse selo visa a incentivar o consumo de serviços gaúchos em todo o Brasil, fazendo a roda da economia local girar novamente e auxiliando na reconstrução de famílias, cidades e do próprio Estado. Dentro desse cenário, mais de 100 supermercados aderiram a uma campanha nacional para promover a compra de produtos gaúchos. A iniciativa já mostra resultados, com aumento nas vendas de produtos locais e uma demanda crescente que reflete a solidariedade e o apoio dos consumidores brasileiros.

A tradição dos gaúchos em valorizar e consumir produtos locais já é uma característica marcante. Historicamente, a indústria gaúcha mantém uma forte base de consumo interno da produção. Com as enchentes, essa tradição ganha ainda mais relevância, pois o consumo local pode ser uma ferramenta poderosa para a recuperação econômica. Supermercados como Cia. Zaffari e Asun, e redes de Santa Catarina, como Superviza e Imperatriz, destacam produtos gaúchos em suas prateleiras, incentivando os consumidores a optarem por marcas locais.

Nas redes sociais, influenciadores e consumidores compartilham listas de marcas gaúchas para serem consumidas, abrangendo desde alimentos até roupas e calçados. A Fede-



©iStock.com/VLG

Depois da tragédia das enchentes que afetaram o RS, consumidores, empresas e fornecedores estão unidos para incentivar o consumo de produtos gaúchos



ração de Entidades Empresariais do RS (Federasul) destaca que o consumo local incentiva a continuidade dos negócios e garante que os recursos retornem ao Estado e aos municípios na forma de arrecadação de impostos e manutenção de empregos.

A divulgação das marcas gaúchas em âmbito nacional teve espaço na abertura da Apas Show, em maio deste ano em São Paulo, uma das maiores feiras supermercadistas. Representando o varejo do RS, o presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, reforçou o pedido de apoio às etiquetas locais e apresentou o projeto do selo que está em construção.

#### GRANDES MARCAS GAÚCHAS ADERIRAM A CAMPANHA

Entre as marcas gaúchas que estão participando da campanha de apoio à economia local, a Tramontina e a Best Beef se destacam como exemplos positivos de como a iniciativa pode restaurar o prestígio do Estado. “A Tramontina, como empresa gaúcha, valoriza todas as iniciativas que promovam os produtos oriundos do nosso Estado, entre elas o Selo da Indústria

Gaúcha. Por vezes, os consumidores não têm visibilidade de quais itens são produzidos no Rio Grande do Sul, por isso é tão importante ações que promovam o fortalecimento da indústria do Estado, estimulando a compra de produções locais”, ressalta Rosane M. Fantinelli, Diretora de Marketing Corporativo da empresa.

Rosane explica que na Serra Gaúcha, um dos maiores impactos foi no sistema logístico devido ao comprometimento de estradas e vias urbanas. Em razão disso, inicialmente a empresa enfrentou dificuldades no recebimento de matérias-primas e insumos necessários para a produção, além de problemas no escoamento da mercadoria. “Com a reabertura das estradas, conseguimos retomar nossas operações logísticas integralmente. Neste momento, ainda estamos lidando com um estado que está se reerguendo, portanto a Tramontina se coloca como uma solução para quem está recomeçando, com produtos diversos e maior acessibilidade”.

Magnus Costa, Head de Marketing e Branding do Frigorífico Silva, destaca que “nosso caso é um pouco mais específico porque a carne gaúcha já tem um reconheci-

#### Supermercados adotaram o Selo da Indústria Gaúcha

# PRODUTOS GAÚCHOS

Produtos gaúchos são destacados nas gôndolas



Diego Castro/Temática

mento de qualidade superior ao restante do mercado nacional, mas temos notado diariamente uma boa intenção e esforço tanto das redes como do próprio consumidor em ser solidário ao povo gaúcho no que tange ao apoio na manutenção do crescimento, desenvolvimento, geração de empregos e ascensão econômica”.

Ele acrescenta: “Optamos por não direcionar estratégias de marketing aliadas à catástrofe. Focamos em ajudar ao máximo as regiões que precisavam de apoio de maneira sucinta e discreta e em dar continuidade ao nosso serviço de entregas pontuais e produtos de qualidade para manter o mercado e os consumidores abastecidos. Entendemos que não era um momento para alavancar vendas, mas sim para atender aos compromissos, focando no futuro com ações e iniciativas consistentes.”

Em todo o Estado, uma palavra resume esse novo momento para as diversas famí-

lias afetadas: recomeço. Pensando em auxiliar nessa etapa, a Tramontina, com o apoio de fornecedores parceiros, está promovendo a ação *Juntos para Recomeçar*, que possibilita a compra de diversos produtos da marca a preço de custo.

Cerca de 500 mil itens essenciais para a reconstrução — como utensílios de cozinha, porcelanas, ferramentas, mangueiras, materiais elétricos e mobiliário plástico — estão sendo disponibilizados sem nenhum lucro, graças à parceria com fornecedores de matérias-primas, complementos e embalagens.

“Esses itens estão sendo vendidos nas lojas físicas oficiais da Tramontina, T Store e T Factory, e em revendedores do Estado. No *e-commerce*, os produtos estão disponíveis para venda em todo o Brasil, permitindo que pessoas de qualquer região possam comprar para doação. No entanto, há uma limitação de entrega por CEP, que só permite entregas no Rio Grande do Sul”, destaca Rosane.



SE É DAQUI, TEM MAIS  
SABOR E TRADIÇÃO

Os produtos das marcas **Bella Dica** e **Caldo de Ouro** têm suas  
raízes no **Rio Grande do Sul.**

De nós gaúchos para todo o Brasil!

 **Camnpal**

PRODUTOS **Bella Dica** **Caldo de Ouro**

 @camnpal  camnpal.com.br  553263.1101  Faxinal do Soturno/RS

## VALOR DO BRILHO

O

mercado de produtos de limpeza já vinha em alta, mas esse hábito se intensificou nos últimos quatro anos. Em 2022, o Brasil se destacou no cenário global da categoria, registrando um crescimento de 12% nas vendas, totalizando cerca de US\$ 7 bilhões, o que o posicionou como o quarto maior mercado mundial, segundo a Euromonitor International. Em 2023, a alta foi de 5,6%. As categorias de produtos de cuidados com as roupas e cuidados com a louça apresentaram boas performances. Os limpadores de banheiro anotaram alta mais expressiva, de 10,6%. Já a produção dos multiusos cresceu 4,1% e a dos desinfetantes, 4%.

De acordo com Paulo Engler, porta-voz da Associação Brasileira das Indústrias de Produ-

tos de Higiene, Limpeza e Saneantes de Uso Doméstico e de Uso Profissional (Abipla), a produção de saneantes registrou alta de 11,4% de janeiro a abril de 2024, quando comparada aos mesmos quatro primeiros meses do ano passado. “Essa evolução foi impulsionada por itens como preparações multiuso para limpeza, amaciantes e desinfetantes. Pesquisas recentes indicam que o consumidor vem buscando novas versões, fragrâncias e embalagens”, destaca.

“Vale ressaltar que esse crescimento se dá com queda de preços de produtos de limpeza. Segundo o INPC, neste ano, o setor acumula uma deflação de 1,36%. Se levarmos em conta os últimos 12 meses, a queda é de 2,57%. Ou seja, os produtos de limpeza estão mais baratos para o consumidor”, explica o diretor-executivo Engler.

Hoje, os consumidores procuram por produtos com máxima eficiência e mínimo esforço, além de versatilidade, para que todos os membros da casa possam contribuir com as tarefas domésticas. A indústria tem se alinhado à nova realidade e está em constante evolução para oferecer novidades em embalagens funcionais e mais práticas na limpeza doméstica. Nos últimos anos, apesar das dificuldades, as empresas têm investido significativamente em inovações e lançamentos para o setor. Isto, somado ao importante papel regulamentador da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), tem contribuído para a o avanço do segmento.

O Brasil conta hoje com mais de 2,7 mil empresas na área, segundo dados da Abipla.



Uma seção de limpeza bem montada atrai clientes pela qualidade e diversidade dos produtos, garantindo satisfação e fidelidade

Desse total, 85% são microempresas, 13,3% são pequenas empresas, 3% são médias e somente 0,6% são grandes. Juntas, elas geram cerca de 93 mil empregos e suas vendas superam R\$ 35 bilhões por ano. Os principais importadores de produtos do setor são Argentina, Bélgica, Paraguai, Chile e Venezuela.

### ORIGENS HISTÓRICAS

A história dos produtos de limpeza remonta a milhares de anos atrás, quando civilizações antigas descobriram métodos rudimentares para remover sujeira e impurezas. Por volta de 2200 a.C., na Babilônia, registros mencionam o uso de uma substância semelhante ao sabão, feita a partir da combinação de gordura animal, cinzas e álcalis naturais. No Egito antigo, os óleos vegetais e sais alcalinos eram utilizados para produzir sabonetes usados não apenas para limpeza pessoal, mas também para tratamento de doenças de pele. Os gregos e romanos, por sua vez, empregavam métodos diversos, incluindo o uso de argila, areia e cinzas para esfregar o corpo, seguido de aplicação de óleos e raspagem da pele para remover a sujeira.

No século XVIII, avanços significativos foram feitos com a descoberta de métodos industriais para a produção de substâncias como a barrilha (carbonato de sódio), tornando os produtos de limpeza mais acessíveis e eficazes. No século XIX, químicos como Nicolas Leblanc contribuíram para a produção em larga escala de produtos químicos essenciais para a fabricação de detergentes e sabonetes. Durante as guerras mundiais do século XX, a escassez de gorduras naturais levou à criação de detergentes sintéticos, inaugurando uma nova era na limpeza industrial e doméstica.

### REGULAMENTAÇÕES PARA VENDA

O setor de produtos de limpeza é regulamentado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e tem como um de seus principais marcos legais a Lei nº 6.360, de 1976. Ela estabelecia que todos os produtos de limpeza comercializados no Brasil teriam de ser submetidos à análise do Ministério da Saúde. Com a criação da Anvisa em 1999, a regulação do setor



passou a ser exercida pela Agência, que emitiu diversos normativos sobre rotulagem e fiscalização sanitária.

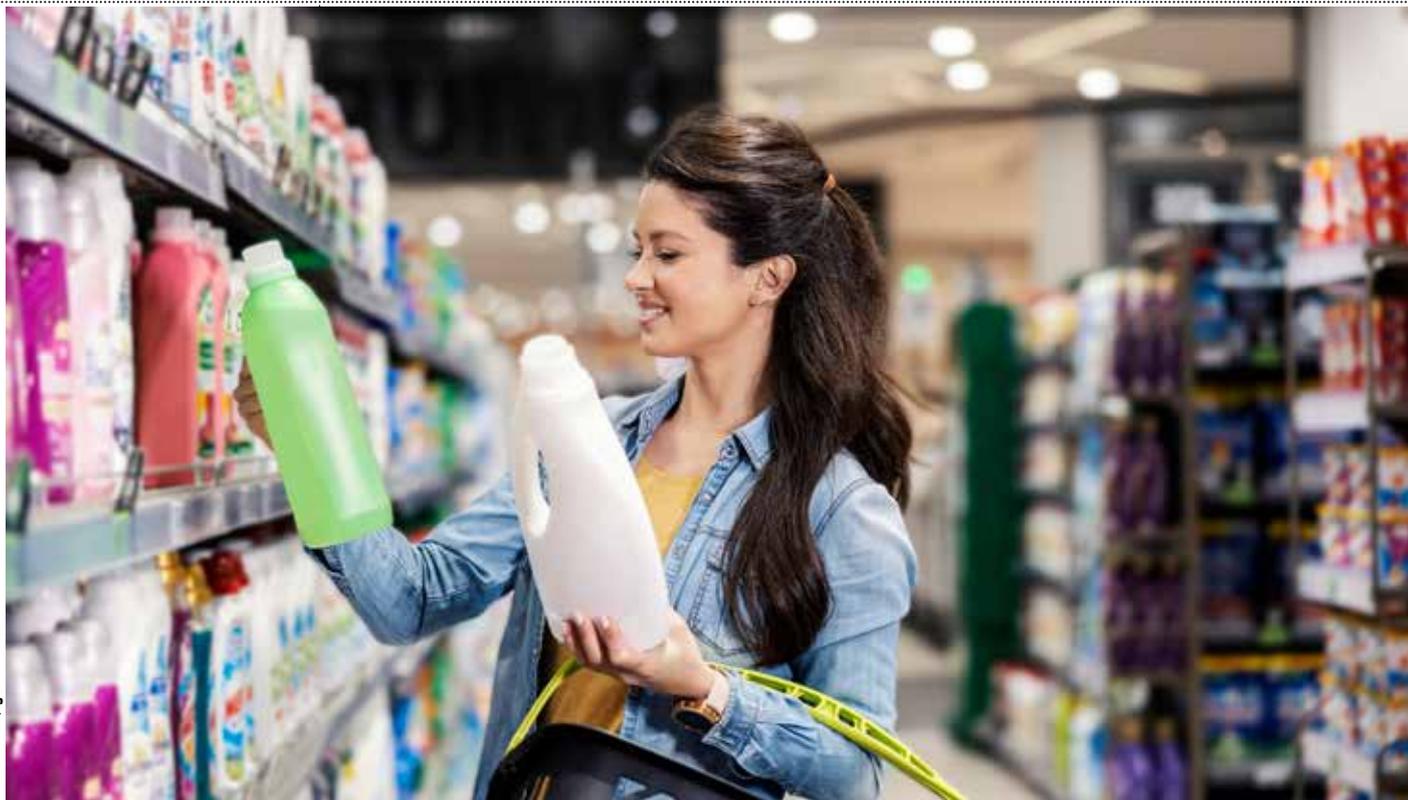
“Nossas recomendações são sempre verificar se o produto de limpeza tem o número de Registro ou Notificação da Anvisa e se o rótulo tem todas as informações de segurança, de manipulação, de contato e do técnico responsável. Caso esses dados não estejam disponíveis, há uma grande chance de o produto em questão ser clandestino e não seguro para uso”, alerta Paulo Engler.

Ainda de acordo com as normas, as orientações de armazenamento devem constar na embalagem e incluem, de forma geral, manter os

---

**Brasil é o quarto maior mercado mundial de produtos de limpeza**

---



©iStock.com/Igor Barilo

## Categoria se destaca nas gôndolas pelos lançamentos frequentes

produtos em local coberto, seco, sem exposição ao sol ou fontes de calor, já que alguns deles são inflamáveis ou com conteúdo sob pressão, como os aerossóis.

### POSICIONAMENTO NO MERCADO

“No mercado de produtos de limpeza, a qualidade é o principal fator na decisão de compra dos consumidores, diferentemente de outros segmentos, onde o preço é mais determinante”, ressalta Claudia Bandeira, gerente de Marketing da Limppano. Os pro-

duto mais bem-sucedidos da marca, onde a empresa está entre as top 3 no ranking de vendas nacional, são as esponjas e o lava-louças ODD, que possuem forte presença na memória dos consumidores.

“Em 2019, quando adquirimos a marca ODD da P&G, nosso faturamento era de R\$ 160 milhões. Para 2024, a previsão é triplicar esse valor, alcançando R\$ 501 milhões. Desde que foi reinserido no mercado nacional, o lava-louças vem registrando altas nas vendas. Em 2020, foram R\$ 27,4 milhões, e para

### TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES:

■ **Digitalização e e-commerce:** –O comércio eletrônico de produtos de limpeza cresceu significativamente, com um aumento de 27% em 2021 no Brasil, de acordo com o estudo Webshoppers 45, da Nielsen IQ Ebit. A cesta de limpeza específica apresentou um desempenho ainda mais robusto, com crescimento de 26,5% em valor e 67,5% em número de pedidos. Isso reflete uma mudança nos

hábitos de compra dos consumidores, buscando conveniência e variedade online.

■ **Adaptação ao consumo** – Os consumidores têm ajustado seus gastos, optando por marcas mais acessíveis em várias categorias, como alvejantes e detergentes líquidos para roupa. Marcas *ecology* têm ganhado participação de mercado, mostrando uma resposta às condições econômicas e

preferências dos consumidores.

■ **Sustentabilidade e conscientização ambiental** – Há uma crescente preocupação com o impacto ambiental dos produtos de limpeza. Inovações focadas em formulações mais sustentáveis e redução de embalagens plásticas têm sido exploradas pelas principais marcas do setor e tem sido aceita por grande parte dos consumidores de supermercados.

**BRANCO  
MAIS  
BRANCO.**

**COLORIDO  
MAIS  
VIVO.**

COM  
OXIGÊNIO  
ATIVO



 Cuidamos de cada cantinho da casa

[www.girandosol.com.br](http://www.girandosol.com.br)  girandosol  girandosoloficial

**Girando  
sol**

©iStock.com/OksanaKiian



**Qualidade, aroma e preço são atributos valorizados pelo consumidor**

este ano, a estimativa é de R\$ 124,5 milhões”, completa ela.

A gaúcha Girando Sol, de Arroio do Meio, produz mais de uma dezena de produtos que estão entre os mais vendidos no RS, conforme os dados do ScannView - Painel Scantech, que cobre aproximadamente 40% do mercado gaúcho. A marca destaca-se especialmente pelos Amaciantes diluídos e pelo Tira Mancha Líquido, que ocupam a liderança em suas categorias.

Girando Sol é um dos principais fornecedores de produtos de limpeza para supermercados. “Nosso crescimento em faturamento foi de 54% em 2022, 27% em 2023, e neste semestre de 2024, estamos crescendo 18,5%. Em três anos, dobramos nosso faturamento e pretendemos alcançar mais de 22% de crescimento até o final do ano”, relata Gilmar Borscheid, diretor da empresa.

## ALIADOS NA RECUPERAÇÃO

Os produtos de limpeza têm se mostrado fortes aliados na higienização e recuperação dos locais atingidos pelas águas no RS. A demanda por produtos de desinfecção, como água sanitária, sabões e desinfetantes, aumentou significativamente. Embora a produção nacional de saneantes não tenha enfrentado risco de desabastecimento, a distribuição na Região Sul

passou por desafios complexos, conforme relata o diretor-executivo Paulo Engler, da Abipla. “Foi muito difícil fazer com que os produtos de limpeza, essenciais em casos de enchentes, chegassem a algumas localidades afetadas pelas chuvas. Agora, a região está iniciando um processo de reconstrução, e esperamos que ocorra rapidamente. Os produtos de limpeza são fundamentais para garantir o retorno seguro aos lares e locais de trabalho.”

Em apoio e solidariedade ao Rio Grande do Sul, que ainda lida com os impactos devastadores das fortes chuvas desde o fim de abril, a Limppano doou duas toneladas de materiais de limpeza a abrigos. Segundo Claudia Bandeira, foram entregues mais de 1,1 mil esponjas, mais de 2 mil unidades do detergente ODD e 800 litros do Lava Roupas ODD.

De acordo com Gilmar Borscheid, a Girando Sol observou um grande aumento nas vendas de água sanitária, desinfetante, lava-roupas em pó, tira-manchas, limpador perfumado e amaciante concentrado. “Assim como na enchente do ano passado, intensificamos nossas ações, começando pela ajuda financeira e com produtos de limpeza para os colaboradores afetados, além da doação de dez carretas de produtos de limpeza para a Defesa Civil dos municípios do Vale do Taquari. Também adquirimos e doamos guarda-roupas e auxiliamos com máquinas para limpeza de residências e abertura de estradas em parceria com o município de Arroio do Meio, onde está situada a sede da empresa”, conclui.

## SETOR DE LIMPEZA

### BRASILEIRO EM NÚMEROS:

- Total: 2.704 empresas
- 2.301 microempresas (85%)
- 306 pequenas (11,3%)
- 81 médias (3%)
- 16 grandes (0,6%)
- Empregos gerados: 93.409
- Desempenho geral em 2023: +5,6%
- Projeção para 2024: +3%
- Volume exportado em 2023: 46 toneladas
- Principais compradores: Argentina, Bélgica, Chile, Paraguai e Venezuela



**MILEVA<sup>®</sup>** 

**A Vassoura do Coração**



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



@milevaparalimpeza



(51) 99601.6823

# CURSO INÉDITO ESPECIAL

# C

om matrículas em andamento, a Agas está realizando uma edição especial do seu curso livre de Gestão em Supermercados – GES, voltado para supermercadistas afetados pelas enchentes no Estado e que se cadastraram no aplicativo Ajuda Sul. O GES Especial Ajuda Sul Agas está capacitando líderes e gestores de supermercados a reconstruir e gerenciar seus negócios de forma eficaz após a crise, com foco na aplicabilidade prática na gestão do dia a dia.

Fotos: Divulgação/Agas



As aulas virtuais ocorrem duas vezes por semana, sempre às segundas e quartas-feiras, das 17h às 19h. O curso iniciou no dia 5 de agosto e tem duração de três meses, terminando no dia 21 de outubro, totalizando 46 horas de aula. Além disso, é totalmente gratuito, com instrutores voluntários, e exclusivo para supermercadistas líderes e gestores que buscam recuperar e fortalecer seus negócios após a crise, cadastrados no aplicativo Ajuda Sul Agas.

“Este projeto eleva o padrão de qualidade no setor ao promover práticas mais eficientes e inovadoras. Compartilhar conhecimento e experiências é fundamental para esse avanço” afirma o instrutor Zento Kulczynski. “Além disso, a assessoria de comunicação desempenha um papel forte no segmento supermercadista. Ela fortalece a imagem, divulga promoções e eventos, atrai clientes e gerencia crises”, complementa.

Angelita Garcia, consultora em Gestão do Comportamento Humano e instrutora da Agas, destaca a importância da formação na vida das pessoas e como o GES tem feito a diferença, especialmente agora, durante a crise: “Este curso é diferenciado e muito significativo para os alunos, pois proporciona uma compreensão aprofundada das melhores práticas de gestão no setor supermercadista, aumentando a eficiência e a competitividade”.

A Agas lança o GES Especial Ajuda Sul, um programa único de capacitação para ajudar as vítimas das enchentes que atuam no varejo

Na edição deste ano, durante as aulas, ela observou um aumento na necessidade dos gestores de supermercados em entender o comportamento humano dentro das organizações. Há uma preocupação crescente com o aumento do *turnover* e um interesse maior em saber como lidar com transtornos de ansiedade, *burnout* e afins.

### GES ONLINE: A RETOMADA

A primeira turma do curso livre de Gestão em Supermercados – GES a retomar as suas atividades após a paralisação devido às inundações que afetaram todo o Estado do Rio Grande do Sul e atingiram inclusive a sede da entidade, foi a do grupo virtual GES I – Focado em Gestão de Operação.

Agora, a entidade segue trabalhando na limpeza da sua sede, em Porto Alegre, e na situação da região para retomada das aulas presenciais das turmas do GES I e do GES II – Gestão Estratégica. Depois de estudar *Montagem básica de planograma*, com Gustavo Fauth, e *Atmosfera de loja*, com Janer Costa – incluindo uma visita ao Asun Pontal –, o tema do próximo encontro será *Conceitos de redes sociais para supermercados*, também com Janer, e ainda dentro do módulo administrativo, posteriormente o tema será *Educação financeira*, com Willian Bernard.

“Atualmente, temos duas turmas em andamento, focadas em Operação e Estratégia. Para mim, é sempre uma alegria participar desse marco no varejo do Rio Grande do Sul, algo que venho fazendo há 15 anos no GES. A troca é sempre muito positiva, com conhecimentos, experiências e *networking* enriquecendo o programa. A turma deste ano está super engajada, ciente dos desafios do varejo e em busca de diferenciais e inteligência nas áreas operacional e financeira, ressaltando a importância da qualificação”, relata o instrutor Janer Costa.

“Contamos com os melhores instrutores do Brasil no RS, que também aprendem muito com cada aluno sobre o chão de loja. É uma construção conjunta, uma troca de conhecimento focada na evolução do varejo supermercadista”, ressalta Costa.



**Capacitação para gestores em suas diversas formas**

# PROTEÇÃO DE PATRIMÔNIO

**Q**

ualquer empreendedor no varejo sabe da importância de proteger o patrimônio que custou tanto a ser construído. Essa necessidade foi evidenciada pelas enchentes de maio que assolaram mais de 300 supermercados e outros milhares de estabelecimentos comerciais no Rio Grande do Sul. O desastre climático sem precedentes ocasionou uma demanda recorde por indenizações e, simultaneamente, aumento na procura por apólices. Aos interessados, há uma ampla gama de opções de seguros empresariais disponíveis.

O volume de pedidos para pagamento de indenizações de seguros relacionados à enchente no Rio Grande do Sul mais que dobrou entre maio e junho. A maioria deles nas modalidades habitacional (46,3%) e de automóvel (39%). Dados do levantamento elaborado pela Confederação

Nacional das Seguradoras (CNseg) junto às suas 150 associadas mostram que os pagamentos solicitados às seguradoras chegaram a R\$ 4 bilhões. Os números finais, todavia, ainda não foram contabilizados. Somente em maio, no Estado, foram pagos quase R\$ 2 bilhões, valor 175,2% superior ao do ano passado.

O presidente da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais e Previdência Privada (CNseg), Dyogo Oliveira, destaca a capacidade financeira do setor em arcar com tais despesas e ainda esclareceu que esses eventos climáticos, como o vivenciado no estado gaúcho, têm um efeito duplo. “Por um lado, podemos ter uma redução de contratos no Rio Grande do Sul em função do impacto direto nas pessoas e empresas. Mas, por outro lado, podemos ter um crescimento da procura em outras regiões em função do alerta que fica para essa necessidade.” Em quantidade, as seguradoras associadas à CNseg registraram 48.870 pedidos de sinistros.

O dirigente considera que é preciso aproveitar o momento para refletir sobre como sociedade brasileira vai lidar com esses fenômenos, cada vez mais presentes. Conforme Oliveira, o setor segurador tem observado aumento na frequência e na gravidade das intempéries climáticas no Brasil, como chuvas e seca. “Nos últimos 10 anos, mais de 90 por cento dos municípios brasileiros foram afetados por incidentes climáticos. Precisamos nos mobilizar de maneira organizada”, ressaltou.

©iStock.com/Rawf8



Investir em seguros patrimoniais é obrigatório para supermercados, proporcionando segurança contra imprevistos e assegurando continuidade das operações

## EMPRESAS DESPREVENIDAS

Um levantamento parcial da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do RS apontou que 85% das empresas não possuem qualquer tipo de seguro contra perdas ou danos. O Sindicato dos Corretores de Seguros e de Previdência Privada do Estado (Sincor-RS) aponta algo semelhante: somente 17% das empresas tem seguro contratado. Muito próximo, portanto, do resultado apontado pela pesquisa da SDE. Mais de 9 mil empresas disseram ao governo ter sido fortemente impactadas pelas enchentes, sendo que cerca de mais da metade delas seguiam inoperantes até o início de julho. Os pequenos negócios foram os mais impactados pelas chuvas. De acordo com os dados parciais, 36,5% desses CNPJs são microempresas e 23% são empresas de pequeno porte.

Nas palavras de André Thozeski, corretor de seguros há 36 anos e presidente do Sincor-RS, é fundamental que o empresário seja previdente, proativo, organizado com o seu negócio: “O seguro contratado para a empresa é a garantia de que, se tudo falhar, se o patrimônio for atingido, os danos cujas coberturas foram contratadas, serão ressarcidos pelo seguro”, comenta. “O empresário deve contar com a assessoria especializada para, em conjunto com um profissional, levantar todos os riscos e dimensionar as perdas possíveis e prováveis, já que cada planta, cada local tem necessidades específicas.”

Se os seguros mais conhecidos são contratados por poucas empresas, as modalidades mais específicas são ainda mais raras. As apólices para os seguros empresariais são concebidas a partir da “cobertura básica”, que é o incêndio, o risco que pode destruir totalmente o prédio e o conteúdo daquele local. As seguradoras vão acrescentando várias outras coberturas adicionais à medida que o consumidor as vai demandando. “Foi assim com as coberturas de vendaval, que causam destelhamentos, danos elétricos, furto qualificado e roubo, e tantas outras. Alagamentos, enchentes e inundações, por exemplo, são riscos raramente solicitados pelos empresários.”

## MERCADO SÓLIDO

O mercado de seguros brasileiro, mesmo diante das adversidades, encontra-se sólido e



eficiente. No Rio Grande do Sul, há cerca de 4 mil empresas corretoras e mais de 21 mil profissionais empenhados em atender às necessidades de pessoas físicas e jurídicas. O segmento hoje responde por 6% do PIB nacional e prevê crescimento de 12% em 2024.

Os supermercadistas e o varejo de maneira geral podem atualmente contar com modalidades de seguros para cobrir prejuízos ou danos em áreas muito específicas de suas operações e de seu patrimônio, começando pela estrutura física e chegando aos itens financeiros, passando por itens como mercadorias e responsabilidade civil, entre outros. O super-

## Mercado para seguros empresariais ainda pode crescer muito no Brasil

### DICAS:

- Faça um levantamento de preços antes de contratar qualquer plano. Mas atenção: compare sempre considerando o mesmo tipo de cobertura e o mesmo valor de capital Segurado, avaliando também a existência de período de franquias.
- Leia atentamente a proposta

e as condições gerais do seguro, em especial as cláusulas referentes às garantias e aos respectivos Riscos excluídos.

- Verifique se a proposta contém os valores iniciais do Prêmio e dos capitais Segurados, discriminados por cada tipo de cobertura contratada.

\*No site SeguroComCorretor.com.br o leitor pode conferir em sua cidade os profissionais e empresas especialistas na área.

\*Em 2011, a Abras lançou uma Cartilha de Seguros para Supermercados. O documento está disponível em endereço [abras.com.br/pdf/cartilha-seguros.pdf](http://abras.com.br/pdf/cartilha-seguros.pdf) ou no QR-Code ao lado





---

## Indenizações pagas por danos das enchentes chegam a R\$ 4 bilhões

---

mercadista deve, a partir de sua realidade de negócios, avaliar atentamente cada uma delas, para definir da melhor forma o conjunto das coberturas necessárias à proteção de seu patrimônio e à normalização de suas atividades em caso de algum evento desfavorável.

### PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR 29

Uma das novidades do setor é a aprovação, pelo Senado, do PLC 29/2017, na versão do substitutivo da sua Comissão de Constituição e Justiça, que traz uma série de medidas de estímulo ao setor de seguros, aumentando a transparência e a proteção dos consumidores. O projeto estabelece, por exemplo, no artigo 67, que “a seguradora responde pelos efeitos do sinistro caracterizado na vigência do contrato, ainda que se manifestem ou perdurem após o término desta”.

O melhor exemplo é o de lucros cessantes, à medida que a perda de receita repercute por período que ultrapasse o da vigência da apólice em que verificado o risco. No seguro de responsabilidade civil, as perdas indenizáveis sofridas por terceiros, como os aluguéis a cargo do segurado até que seja reconstruída sua residência arrastada pela enchente, podem perdurar por meses, sendo indenizáveis por força das apólices vigentes à época. “O PLC é positivo para o setor, principalmente dentro da perspectiva de seu crescimento, que tanto defendemos. Quanto mais confiança nos produtos de seguro, mais fácil será expandir esse mercado”, afirma Oliveira.

### ALGUMAS OPÇÕES DE SEGURO DISPONÍVEIS PARA AS NECESSIDADES MAIS COMUNS DE MERCADOS E MERCEARIAS:

■ **Seguro de incêndio, queda de raio e explosão:** recompensa os danos materiais causados pelos eventos citados. É a cobertura básica.

■ **Seguro de responsabilidade civil das operações:** cobre indenizações por intoxicação alimentar em clientes, queda de estantes ou produtos sobre clientes, ou escorregões no piso molhado.

■ **Seguro de alimentos em ambientes frigoríficos:** prevê o valor pelas perdas de alimentos, por falta de energia elétrica por mais de 24h ou por falha no sistema de refrigeração.

■ **Seguro de alagamento ou inundação:** recompensa os danos aos móveis e equipamentos, bem como de estoque de alimentos e outros produtos no local.

■ **Seguro contra tumultos e greves:** recompensa os danos ou perdas materiais em virtude dessas ocorrências.

■ **Seguro de vendaval e queda de granizo:** cobre os danos e despesas gastas com reparos e retirada de entulhos do local, quando for o caso.

■ **Seguro de despesas fixas:** garante o valor das despesas da empresa, como os salários e aluguel, quando ela teve de fechar por um período por causa de eventos que fogem do seu controle.

■ **Seguro de lucros cessantes:** repõe o lucro operacional da empresa como este se encontrava antes do sinistro previsto na cobertura básica, com base no histórico de movimento, perspectiva de mercado e documentos contábeis.



Acervo pessoal

**PERY SARAIVA NETO**

Advogado, professor e consultor  
em Meio Ambiente e Seguros

## PRECISAMOS DE UMA CULTURA DE PREVENÇÃO

**C**om tristeza vivenciamos o trágico mês de maio, quando a força das águas trouxe um cenário de destruição e perdas que não víamos há muitos anos. Lamentavelmente, tudo indica que teremos muitas outras experiências como esta, possivelmente em breve, com cada vez maior recorrência e intensidade. Como nos preparar para tanto, senão por uma cultura de prevenção?

Segundo o mais recente Relatório de Avaliação do IPCC, de 2023, o aumento da temperatura da superfície global é um dado inexorável, atribuível à ação humana histórica e tendencialmente não sujeito a mudança significativa. Os extremos climáticos, seja por chuvas, secas e ventos fortes serão permanentes. Mas o problema, para ser resolvido, não passa pela contenção da ação climática, sabidamente inevitável.

Nosso olhar, para uma cultura de prevenção, deve se voltar à redução de vulnerabilidades, isto é, como podemos nos preparar, em termos de infraestruturas e demais ações de mitigação e adaptação, para que os próximos extremos climáticos não nos atinjam com tamanha violência e destruição. Por certo, há muitos caminhos a seguir: ações efetivas pelo poder público, com investimento em infraestruturas (embora cada vez mais nos decepcionemos com as históricas omissões); realocação de populações em situação de vulnerabilidades e de ocupação de áreas de risco (tais como APPs ou áreas alagáveis); incremento do sistema de Defesa Civil, enfim, inúmeras soluções.

Há um caminho que demanda devida atenção: desenvolver e fortalecer um sistema efetivo de seguros para fazer frente aos riscos climáticos, democraticamente abrangente, que à luz da genial ideia do

mutualismo permita constituir reservas financeiras para fazerem frente às necessidades de reconstrução de patrimônios, empregos, riquezas e, em uma palavra, “reconstruir vidas”.

Embora pouco se fale, o mercado segurador tem um papel fundamental na resposta e na reconstrução em face de desastres climáticos. Em relação às cheias, enchentes e inundações de maio no Rio Grande do Sul, segundo a Confederação Nacional dos Municípios, os prejuízos rondam a casa dos R\$ 12 bilhões, sendo que o mercado segurador, ainda com base em dados preliminares, pagou em indenizações, para os sinistros do referido período, algo muito próximo dos R\$ 4 bilhões.

Ainda assim, paradoxalmente, a verdade é que a imensa maioria da população e dos patrimônios não possuem quaisquer seguros no Brasil! Este dado é estarrecedor! Apenas para exemplificar, nossa frota de veículos com seguro gira em torno de 30%, enquanto os seguros residenciais estão na casa de 11%, apenas (CNSeg).

Tamanho volume de indenizações caracteriza o chamado “aumento da sinistralidade”. Estima-se (SUSEP) que a sinistralidade no Rio Grande do Sul, em maio, teve um aumento de 192%, o que, se por um lado mostra o vigor e a eficiência dos seguros, por outro lado demonstra seríssimo risco à sustentabilidade de qualquer operação empresarial.

O caminho é um só: aumentar a massa segurada, ampliando a abrangência de vidas e patrimônios resguardados (cobertos), a modo de aumentar o potencial de reservas, por um lado, mas também de promover a salutar e necessária dissipação dos riscos.

---

**“Os extremos climáticos, seja por chuvas, secas e ventos fortes serão permanentes. Mas o problema, para ser resolvido, não passa pela contenção da ação climática, sabidamente inevitável.”**

---

## A AÇÃO DAS FRUTAS NA SAÚDE

Tudo o que comemos reflete – para o bem ou para o mal – na nossa saúde. As frutas são ricas em nutrientes essenciais, vitaminas, fibras e antioxidantes. Elas podem, sim, ajudar a controlar o colesterol e melhorar a sua imunidade, entre outras comprovações científicas. Mas, cuidado, é importante você ter uma dieta equilibrada, atendendo às suas verdadeiras necessidades de nutrientes, com acompanhamento de um profissional de saúde, sempre que possível.

Saiba o que realmente faz bem para a saúde e estimule as vendas no hortifrúti de sua loja!

### A

**Abacate** – Esta é definitivamente uma das frutas mais nutritivas, cujos benefícios se estendem por várias áreas da nossa saúde.

- Nutrientes: contém vitaminas K, E, C, vitaminas do complexo B e minerais, como potássio e magnésio, além de gorduras monoinsatu-

radas, como ácido oleico, e fibras.

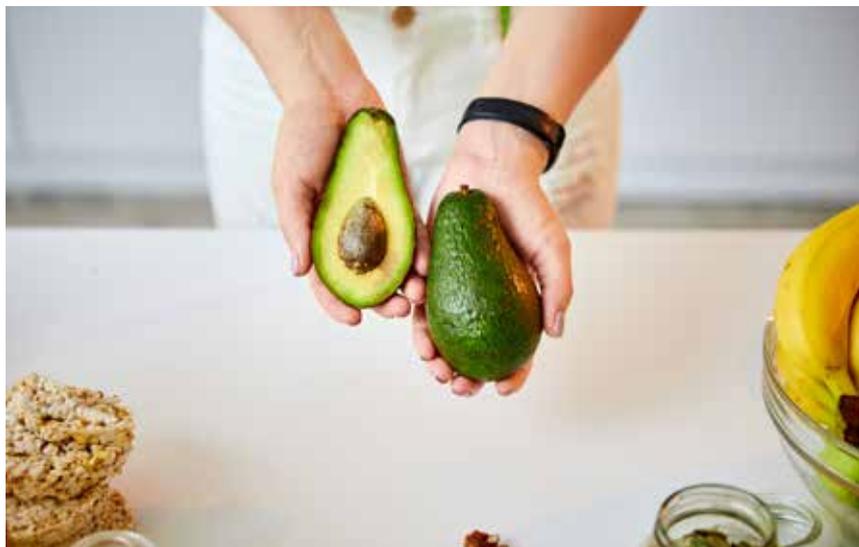
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, cardioprotetor e emoliente.
- Bom para: doenças cardiovasculares, problemas de pele, inflamação, fortalecimento do sistema imunológico.

**Abacaxi** – Típico da América do Sul, é cultivado em regiões tropicais e subtropicais.

- Nutrientes: fibras, vitaminas C, A e B6, bromelina, folato, açúcares e minerais, como manganês, potássio e cobre.
- Propriedades: digestivo, diurético, antioxidante, anti-inflamatório e imunomodulador.
- Bom para: indigestão, inflamações, retenção de líquidos, diminuição dos níveis de colesterol ruim do organismo, ajuda a combater o estresse oxidativo e a reduzir o risco de doenças crônicas, artrite. Também pode ajudar na prevenção a osteoporose, fortalecer o sistema imunológico e ajudar na hidratação do corpo.

**Açaí** – Fruto brasileiro cultivado predominantemente na região amazônica, região Norte do Brasil, especialmente do estado do Pará. Com

©iStock.com/BONDART





cor escura, que vai do roxo ao preto, o fruto arredondado nasce em cachos.

- Nutrientes: vitaminas C, A, E e do complexo B, antocianinas, fibras, ácidos graxos, como ômega 6 e 9, e minerais como cálcio, potássio, magnésio e ferro.
- Propriedades: antiviral, antioxidante e cicatrizante, cardioprotetor, energizante e imunomodulador.
- Bom para: consumo regular de açaí pode ajudar a melhorar os níveis de colesterol e proteger contra doenças cardíacas, promove a saúde cerebral, melhorando a função cognitiva, a saúde digestiva e a regularidade intestinal.

#### **Ameixa** – Fruta rica em sabor e nutrientes.

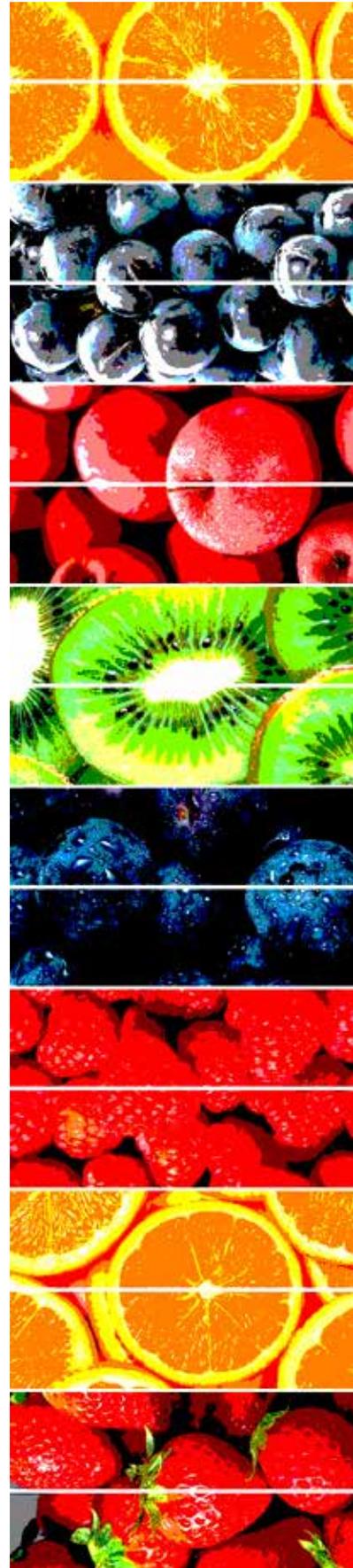
- Nutrientes: fonte de carboidratos, compostos bioativos, vitaminas C e A, fibras e minerais, como cálcio, potássio (vitamina K), boro e magnésio, sorbitol e antioxidantes, com três vezes mais polifenóis que outras frutas.
- Propriedades: laxante, antioxidante, anti-inflamatório, digestivo e diurético.
- Bom para: saúde intestinal, cerebral, cardiovascular e dos ossos. Constipação, inflamações, retenção de líquidos e sistema imunológico. Alguns estudos sugerem que as fibras solúveis encontradas na ameixa podem ajudar a reduzir os níveis de colesterol e a controlar os níveis de açúcar no sangue.

**Amora** – Cultivada em diversas partes do mundo, sendo apreciada tanto *in natura*, em chás, quanto em diversas preparações culinárias, como compotas, geleias e tortas.

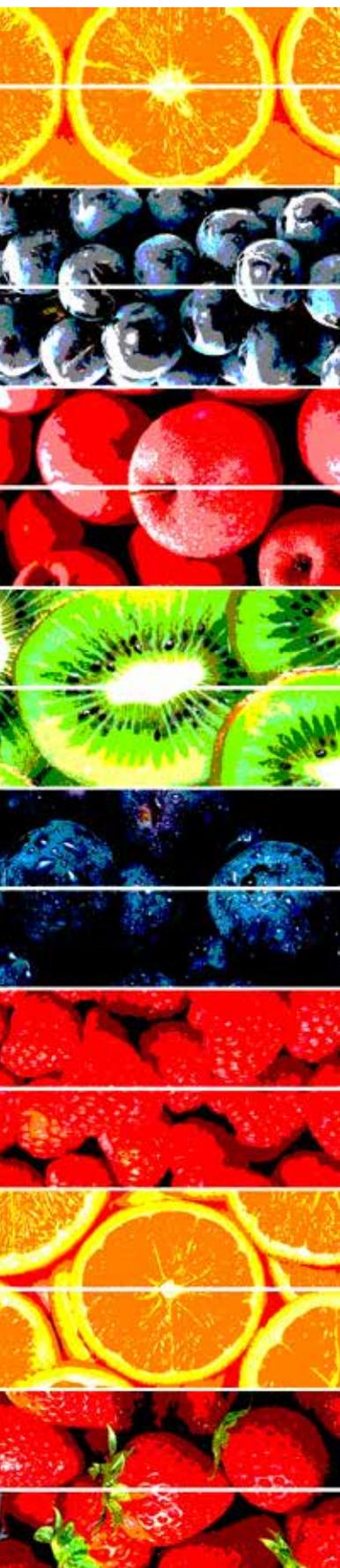
- Nutrientes: vitaminas C, K, E e do complexo B – como ácido fólico –, minerais – como potássio e magnésio–, antocianinas, carotenóides, carboidratos, fibras e antioxidantes.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, hepatoprotetor e imunomodulador.
- Bom para: saúde digestiva, ocular e cardiovascular – incluindo a redução da pressão arterial e a melhoria dos níveis de colesterol –, estresse oxidativo, diabetes, inflamações e problemas hepáticos. Estudos apontam melhoras na função cognitiva. E já há pesquisas científicas sobre o uso do chá das folhas de amora para amenizar sintomas da menopausa. O consumo de frutas silvestres está associado a um risco mais baixo de câncer.

**Araçá** – Fruta tropical encontrada principalmente na América do Sul, conhecida por seu sabor ácido e aroma característico.

- Nutrientes: vitaminas C e A, antocianinas, fibras, minerais como potássio e cálcio, compostos fenólicos e antioxidantes.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, antimicrobiano, antidiarreico e imunomodulador.
- Bom para: sistema imunológico, redução do estresse oxidativo e proteção contra doenças crônicas, saúde digestiva, cardiovascular e para funções musculares e ósseas. Embora as pesquisas sobre o araçá ainda sejam relativamente limitadas em comparação com outras frutas mais comuns, por ser uma fruta muito local, a comunidade científica tem demonstrado crescente interesse nesta fruta exótica. Alguns estudos sugerem que



# GLOSSÁRIO – FRUTAS E SEUS BENEFÍCIOS



os compostos presentes no araçá podem inibir o crescimento de células cancerígenas.

## B

**Banana** – Alimento nutritivo e versátil, uso regular contribui para uma vida mais saudável, seu consumo, porém, deve ser moderado, principalmente por pessoas com diabetes.

- Nutrientes: potássio, vitaminas B6, C, A e ácido fólico, minerais como potássio, magnésio, manganês e cobre – além de carboidratos (principalmente na forma de açúcares naturais, como a frutose e a glicose) e fibras, triptofano.
- Propriedades: antioxidante.
- Bom para: energia, controle da pressão arterial e função muscular (evita câimbras), auxilia na função cerebral e no metabolismo, reduz os níveis de colesterol ruim no sangue. A banana também tem propriedades alcalinizantes, que ajudam a neutralizar o ácido estomacal e aliviar a azia. Excelente para a saúde da pele e dos ossos.

**Bergamota** – A tangerina é uma fruta cítrica com diferentes nomes pelo Brasil, sendo no Rio Grande do Sul mais conhecida como bergamota.

- Nutrientes: vitaminas A e C, ácido fólico, fibras, minerais – como potássio e magnésio –, e

antioxidantes, como flavonoides e ácido cítrico.

- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo e imunomodulador.
- Bom para: sistema imunológico, saúde intestinal, hidratação, reduz o risco de doenças cardiovasculares e inflamação no organismo. Diminui a glicemia e os níveis de colesterol LDL, além de ajudar na cicatrização, a reduzir o estresse e ansiedade.

**Butiá** – Quem nunca ouviu a expressão “Me caiu os butiá do bolso”? Presente no Rio Grande do Sul, o butiá é nativo da América do Sul, presente no Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai, muito utilizado para sucos, geleias e licores.

- Nutrientes: rico em carotenoides, vitaminas A e C, possui altíssimos níveis de potássio e ferro, além de cálcio, carboidratos, compostos fenólicos e fibras.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, diurético e imunomodulador.
- Bom para: sistema imunológico, retenção de líquidos, saúde dos olhos, saúde intestinal, reduz o risco de doenças cardiovasculares e reduz inflamação no organismo. Embora faltem estudos científicos de grande porte e randomizados, por ser um fruto mais regional e sazonal, existem evidências que corroboram seus benefícios, por sua conhecida composição nutricional.



# C

**Carambola** – De cor amarela ou verde, a carambola tem cinco gomos que, quando cortados, parecem uma estrela.

- Nutrientes: vitaminas A e C, fibras, minerais como potássio e magnésio, e antioxidantes
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, diurético e hipoglicemiante.
- Bom para: problemas digestivos, inflamações, retenção de líquidos e controle de glicemia.

**Cereja** – Não é à toa que todos querem a “cereja do bolo”: o fruto vermelho de sabor doce ou ácido é muito usado em datas comemorativas, mas também pode ser consumido com moderação no dia a dia, por seus benefícios à saúde.

- Nutrientes: vitaminas C e A, fibras, potássio, antocianinas e antioxidantes.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, analgésico, digestivo e diurético.
- Bom para: dores articulares, inflamações, problemas digestivos, retenção de líquidos e sistema imunológico.

# D



**Damasco** – O damasco é uma fruta muito usada em doces e mais conhecido na sua forma seca.

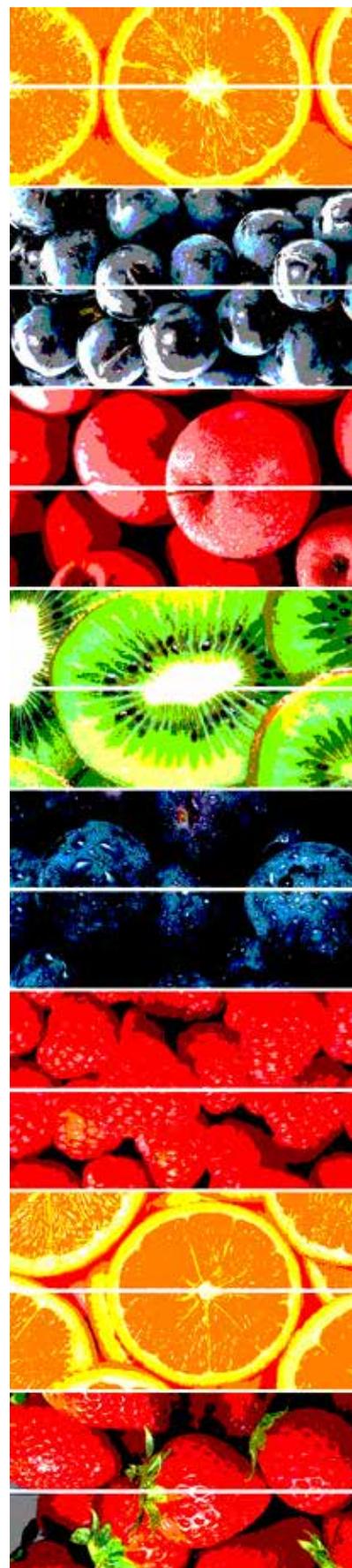
- Nutrientes: vitaminas A e C, fibras, potássio e antioxidantes, luteína (carotenoide).
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, diurético, laxante.
- Bom para: constipação, inflamações, problemas digestivos e retenção de líquidos.

# F

**Framboesa** – De sabor adocicado, usada em sorvetes, xaropes e geleias, a framboesa precisa de baixas temperaturas para melhor se desenvolver.

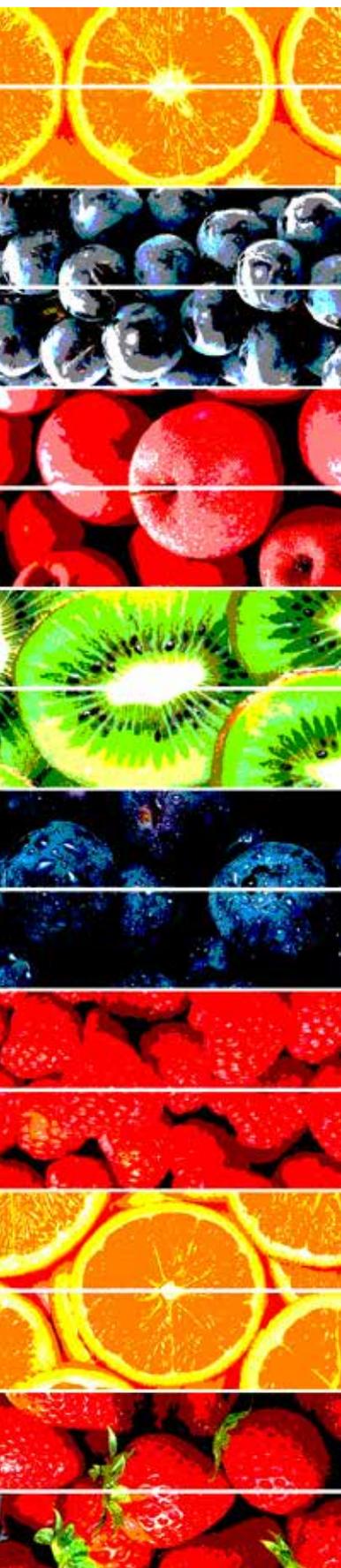
- Nutrientes: vitaminas C, K, B1, B5, cálcio, ferro, manganês, fibras, fósforo, compostos bioativos, fenólicos, antocianinas e elagitaninos.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, diurético, laxante e imunomodulador.
- Bom para: inflamações, constipação, retenção de líquidos, problemas digestivos. Existem evidências científicas que destacam a ação da framboesa em reduzir o açúcar no sangue, possuir propriedades anti-inflamatórias e reforçar a imunidade.

# G



# GLOSSÁRIO – FRUTAS E SEUS BENEFÍCIOS

©iStock.com/Amarita



**Goiaba** – Amarela ou verde por fora, rosa por dentro, a goiaba é uma fruta acessível e faz muito bem para saúde.

- Nutrientes: vitaminas A e C, fibras, licopeno, potássio e antioxidantes.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, antidiarreico, hipoglicemiante.
- Bom para: inflamações, problemas digestivos, diarreia, controle de glicemia, fortalecimento do sistema imunológico.

**Goji berry** – *Goji berry* é uma fruta rica em diversos nutrientes, o que contribui para sua reputação como um “superalimento”, porém deve ser consumido com moderação, dentro de uma dieta equilibrada. Geralmente é consumido na forma desidratada.

- Nutrientes: vitaminas C, A, E e do complexo B, minerais como ferro, zinco, cálcio e selênio, fibras, aminoácidos e antioxidantes como carotenoides e polifenóis.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, cardioprotetor e hipoglicemiante.
- Bom para: saúde ocular, cardiovascular, sistema imune e proteção contra o envelhecimento precoce, além de ajudar a regular o açúcar no sangue.

**Jaboticaba** – Estas bolinhas de casca roxa ou preta e polpa branca é nativa do Brasil e presente no Rio Grande do Sul.

- Nutrientes: antoanicianinas, flavonoides, taninos, vitamina C e pectina.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, antidiabético, cardioprotetor, digestivo.
- Bom para: inflamações, problemas digestivos, diabetes, doenças cardiovasculares e imunidade.

## K

**Kiwi** – Originário da China, somente no Século XIX foi introduzido em outros países, como Nova Zelândia e posteriormente EUA, onde se tornou popular e passou a ser amplamente cultivado.

- Nutrientes: vitaminas C, K e E, folato, fibras, potássio e antioxidantes, como flavonoides, carotenoides e polifenóis.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, pré-biótico, imunomodulador, cardioprotetor.
- Bom para: função muscular, saúde cardiovascular, dos ossos e função cerebral, controle do apetite, prevenção de constipação, inflamações, sistema imune e reduz o risco de doenças crônicas.

## J

## L

**Laranja** – Uma das melhores fontes naturais de vitamina C, a laranja é largamente consumida no mundo.

- Nutrientes: alto teor de vitamina C (apenas uma laranja contém mais de 100% da dose diária recomendada para adultos), vitamina A, potássio, cálcio, folato (B9), tiamina (B1) fibras e antioxidantes, como flavonoides e carotenoides.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, imunomodulador, cardioprotetor.
- Bom para: inflamações, sistema imunológico, saúde da pele, saúde cardiovascular e digestiva, prevenindo constipação e regularidade intestinal. Gripes e resfriados.

**Limão** – Poderoso agente para o sistema imunológico e saúde no geral.

- Nutrientes: vitamina C e B6, potássio, ácido cítrico, flavonoides e antioxidantes.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, imunomodulador, detoxificante.
- Bom para: gripes e resfriados, inflamações, problemas digestivos, desintoxicação e fortalecimento do sistema imunológico.

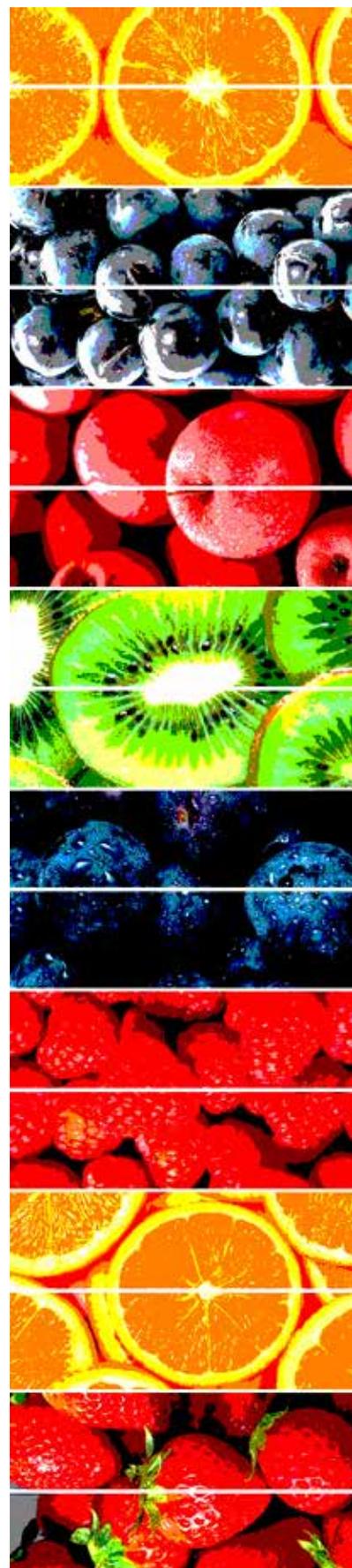
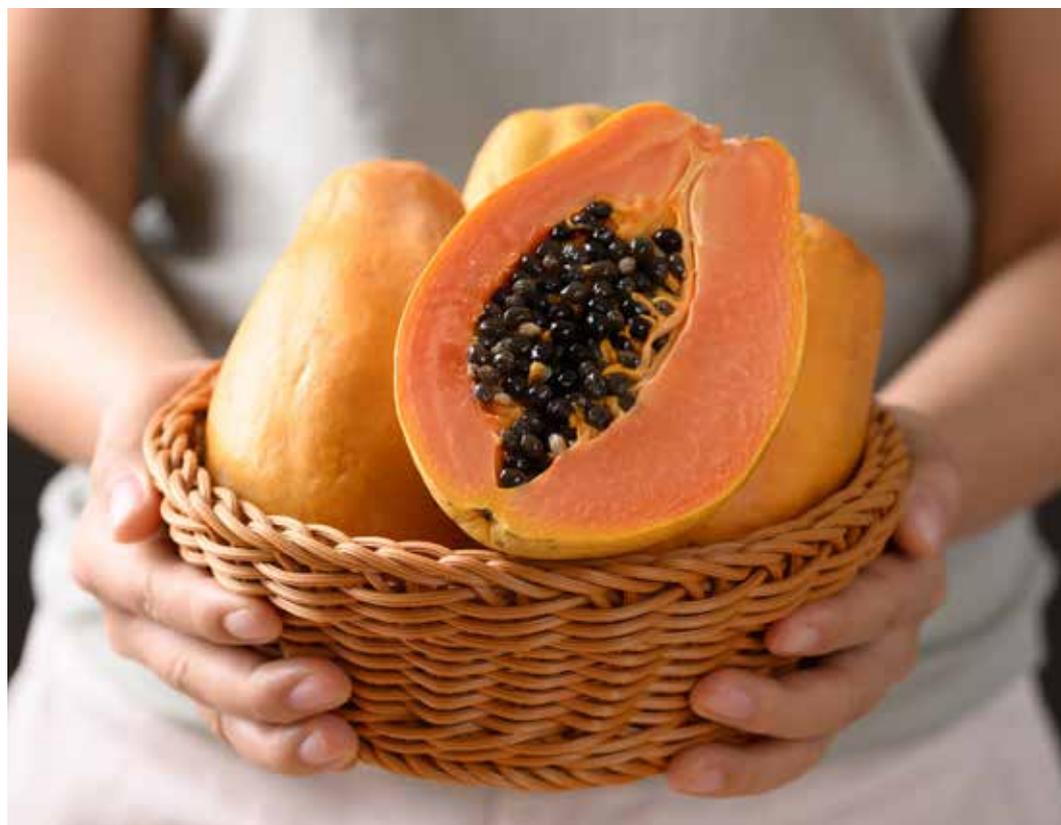
## M

**Maçã** – Uma das frutas mais populares e consumidas no mundo, com muitas variedades.

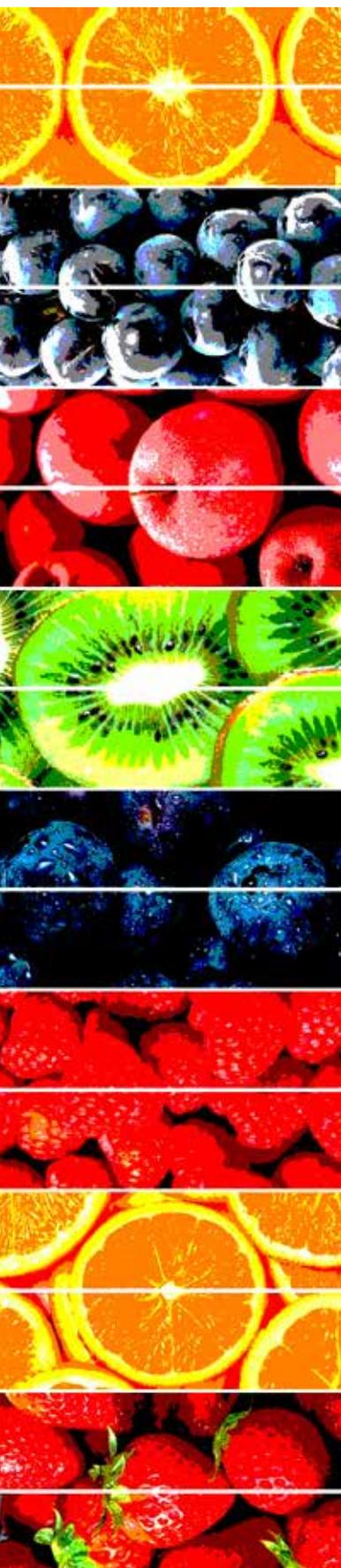
- Nutrientes: vitaminas C e A, potássio, fibras e antioxidantes, como flavonoides e polifenóis.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, cardioprotetor e regulador glicêmico.
- Bom para: saúde digestiva, cardiovascular e mental. Controle glicêmico e imunidade. Estudos apontam que comer uma ou duas maçãs por dia está associado a um menor risco de câncer de bexiga, cólon e pulmão.

**Mamão** – Com baixo índice glicêmico, o mamão é ideal para dietas, por acelerar o metabolismo.

- Nutrientes: vitaminas A e C, ácido fólico, potássio, fibras, papaína e antioxidantes.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, imunomodulador, cicatrizante.
- Bom para: problemas digestivos, inflamações, cicatrização de feridas, verminoses, sistema imune e ajuda na regulação do metabolismo.



# GLOSSÁRIO – FRUTAS E SEUS BENEFÍCIOS



**Manga** – fruta exótica e suculenta, polpa doce e sabor tropical.

- Nutrientes: vitaminas C, A, E e K, folato, potássio, fibras e antioxidantes, compostos fenólicos, carotenoides e mandiferinas.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, imunomodulador, cardioprotetor.
- Bom para: inflamações, problemas digestivos, saúde cardiovascular, constipação, sistema imune e controle do açúcar no sangue.

**Maracujá** – Conhecido por acalmar, tranquilizar, mas será que é mesmo?

- Nutrientes: vitaminas A, B e C, niacina, riboflavina, potássio, magnésio, fibras e alcaloides, flavonoides e carotenoides.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, sedativo, ansiolítico.
- Bom para: ansiedade, insônia, inflamações, problemas digestivos, hipertensão, sistema imunológico.

**Melancia** – fruta do verão, auxilia muito na hidratação do corpo.

- Nutrientes: água, licopeno, citrulina, vitaminas C, B6 e A, potássio, zinco e fibras.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, diurético, hidratante, refrescante.

- Bom para: retenção de líquidos, inflamações, problemas renais, hipertensão, desidratação. A melancia contém citrulina, que o corpo converte em L-arginina, um aminoácido que pode melhorar o fluxo sanguíneo e o desempenho durante o exercício. Pode reduzir o risco de doenças cardíacas, certos tipos de câncer e degeneração macular.

**Melão** – Com uma variedade diversificada em formatos e cores, o melão pode favorecer a perda de peso.

- Nutrientes: vitaminas C, A e B6, potássio, magnésio, fibras e antioxidantes, como flavonoides.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, diurético, hidratante e refrescante.
- Bom para: retenção de líquidos, inflamações, problemas renais, hipertensão, desidratação.

**Mirtilo** – Cultivado no Rio Grande do Sul até para exportação, o mirtilo é rico em nutrientes.

- Nutrientes: antocianinas, flavonoides, vitaminas C, A e K, fibras, potássio e manganês.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, cardioprotetor, neuroprotetor, antidiabético.
- Bom para: saúde cardiovascular, diabetes, inflamações, problemas digestivos e imunidade. Estudos mostram redução no risco de câncer de mama no consumo de uma xícara por semana.



©iStock.com/ Pektoral



**Morango** – Populares e ancestrais.

- Nutrientes: vitaminas A, K e C, ácido fólico, flavonoides, manganês, potássio, antioxidantes, fibras e ácido elágico.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, diurético e cardioprotetor.
- Bom para: inflamações, retenção de líquidos, problemas digestivos, saúde cardiovascular e sistema imune.

# P

**Pera** – Fruta bastante difundida no Brasil, não pode faltar nas gôndolas.

- Nutrientes: vitaminas C, K, E e B, potássio, fibras, minerais (potássio, magnésio e cálcio) e antioxidantes, como flavonoides, carotenoides e compostos fenólicos.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, diurético.
- Bom para: promover a regularidade intestinal, reduzir o colesterol LDL (ruim), estabilizar os níveis de açúcar no sangue e manter um microbioma intestinal saudável. Tem propriedades anti-inflamatórias e antioxidantes, também fortalecendo o sistema imunológico.

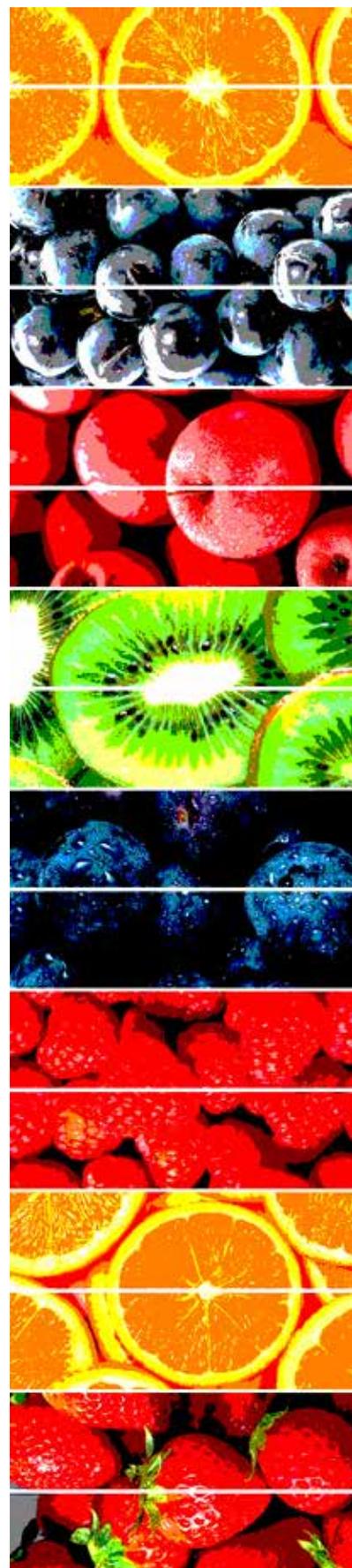
**Pêssego** – Com baixo teor de calorias, a fruta de toque aveludado tem muitos consumidores no Brasil.

- Nutrientes: vitaminas C e A, potássio, fibras e alto teor de antioxidantes, como flavonoides, carotenoides e compostos fenólicos, triptofano.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, diurético.
- Bom para: protege as células do corpo contra danos causados pelos radicais livres, reduzem inflamação e promovem a saúde geral e cardiovascular, protegendo contra o acúmulo de placa nas artérias e reduzindo o colesterol ruim.

**Physalis** – Fruta exótica, “escondida” atrás de suas folhas, é cultivada no Rio Grande do Sul, principalmente para exportação.

- Nutrientes: vitaminas C e A, niacina, riboflavina, ferro, fósforo e antioxidantes.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, diurético e hepatoprotetor.
- Bom para: inflamações, problemas hepáticos, retenção de líquidos, sistema imune.

**Pinhão** – O pinhão é uma fruta, proveniente da araucária, conhecida como pinheiro-do-paraná, que pode chegar a 50 metros de altura. O fruto é uma semente grande, envolta em uma





## ATENÇÃO:

- Essa lista não é definitiva, existindo muitas outras frutas saudáveis com embasamento científico.
- É importante consumir uma variedade de frutas, verduras, legumes e temperos para obter os diversos nutrientes que o corpo precisa.
- Faça um acompanhamento com nutricionista para obter um plano alimentar personalizado e adequado às suas necessidades.
- Lembre que nada em excesso é bom, “a diferença entre o remédio e o veneno é a dose”, já disse Paracelso.

**FONTES:** livros *Farmácia verde*/André Paganelli, *12 frutas naturais*/T. Oliveira, *Comer para vencer doenças*/Willian Li, Gemini



casca dura.

- Nutrientes: carboidratos, proteínas, gorduras, fibras, vitaminas C e do complexo B, ferro, cálcio, fósforo e antioxidantes.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo e energético.
- Bom para: problemas digestivos, inflamações, desnutrição e fortalecimento do sistema imune.

**Pitanga** – frutinha miúda e normalmente vermelha, a pitanga é muito apreciada pelos gaúchos.

- Nutrientes: vitaminas C e A, antocianinas, flavonoides, cálcio, fósforo, ferro e antioxidantes.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo, diurético e antidiabético.
- Bom para: inflamações, problemas digestivos, retenção de líquidos, diabetes e sistema imune.

## R

**Romã** – A romã tem despertado a comunidade científica na investigação de seus benefícios para a prevenção e tratamento do câncer, com resultados promissores, porém são necessários mais estudos acerca do tema. A fruta pode ser aproveitada da casca (para chás) à polpa.

- Nutrientes: vitaminas C e K, ácido fólico, potássio, cobre, fibras, antioxidantes como punicalaginas e ácido elágico.

- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, cardioprotetor, antidiabético e anticancerígeno.
- Bom para: inflamações, saúde cardiovascular, diabetes, câncer, problemas digestivos e sistema imune. Os antioxidantes presentes na romã ajudam a neutralizar os radicais livres, moléculas instáveis que podem danificar as células e contribuir para o desenvolvimento do câncer. Os resultados dos estudos são promissores. A romã pode ser acrescentada na dieta, mas não deve ser considerada um tratamento, e sim um complemento junto ao tratamento indicado pelo seu médico. Acompanhamento de nutricionista e médico é essencial.

## U

**Uva** – Dos parrerais à mesa, a uva está sempre presente na vida dos gaúchos e é uma forte aliada da nossa saúde, seja no consumo *in natura* ou em sucos naturais, vinhos.

- Nutrientes: vitaminas C, K, B6, tiamina, riboflavina, potássio, antioxidantes como resveratrol, flavonoides e polifenóis.
- Propriedades: antioxidante, anti-inflamatório, digestivo e cardioprotetor.
- Bom para: saúde cardiovascular, cerebral, da pele, digestiva, prevenindo constipação, inflamações, sistema imunológico e prevenção ao envelhecimento precoce, devido ao resveratrol, presente na casca das uvas tintas.



# Natuá

## CUIDAR DA VIDA TAMBÉM É FALAR DE AUTOCUIDADO!

As maçãs Natuá são cultivadas em pomares próprios da Silvestrin Frutas, que são cobertos e irrigados possibilita do que as maçãs desenvolvam seu máximo potencial de aparência e sabor. Adotamos práticas sustentáveis, como a introdução de abelhas residentes e uso de vegetação auxiliar, que limita o surgimento de ervas daninhas e elimina a utilização de herbicidas no cultivo das maçãs. Reduzir agroquímicos é importante para a preservação dos mananciais de água, para prolongar a vida das macieiras e também para a manutenção da vida das abelhas, que são fundamentais nos processos de polinização do pomar e de toda biodiversidade local.

Assim como o cuidado que temos com nossas maçãs, temos um grande propósito pela vida, produzindo alimentos muito mais seguros e naturais. Cuidar da vida também é falar de autocuidado. Por isso, Silvestrin e Imama são parceiras na luta contra o câncer de mama. Parte da venda deste produto é destinado ao Instituto da Mama do Rio Grande do Sul.

Venha nos visitar!  
Estaremos aguardando você em  
nosso estande para conhecer esta  
novidade e fazer bons negócios.

  
**EXPOAGAS 2024**  
20 a 22 de agosto - FIERGS - Porto Alegre

41ª Convenção Gaúcha de Supermercados  
Uma Feira de Negócios



  
**SILVESTRIN**  
Qualidade Natural

**IMAMA**  
O QUE NOS MOVE É O AMOR PELA VIDA

Conheça e saiba mais:  @imama.poa.rs @silvestrin.frutas  
[www.imama.org.br](http://www.imama.org.br)



# AS SOLUÇÕES DAS STARTUPS

# A

s *startups* são laboratórios tecnológicos para testar modelos de soluções de negócios escaláveis e replicáveis. Nos supermercados, elas podem alavancar o crescimento melhorando a experiência do seu cliente com ferramentas que dão suporte a marketing, precificação, atendimento omnicanal, gerenciamento de gôndola e estoque e uma infinidade de outras questões. No Rio Grande do Sul, o ambiente de fomento a essas microempresas focadas em inovação é extremamente favorável: mais de 1200 operam no Estado, que é o que mais faz depósitos de patentes junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Altamente especializadas em resolver uma “dor” ou problema de um determinado segmento, as *startups* se aprofundam em suas causas

e desenvolvem mecanismos tecnológicos para qualquer empresa poder acessá-los e melhorar este processo. Um varejista, por exemplo, tem uma série de “dores” para tratar: previsão de compras assertiva, cliente satisfeito, pagamento de funcionários, tributação correta, entre outros. O grau de inovação e benefício que a *startup* consegue trazer para um negócio tradicional está na especialização para um problema específico.

O programas StartupRS, do Sebrae-RS, completa em 2024 dez anos de atividades, já tendo acelerado mais de 2 mil projetos, fomentando conexões entre empreendedores e parceiros e o amadurecimento de um ecossistema de inovação. A entidade abraça o empreendedor desde a fase de modelagem do negócio, onde começa a definir suas características, orientando sua trajetória pela validação do produto e testes com público, vendas (fase de tração), ganho de escala e internacionalização.

## SOLUÇÕES VALIDADAS

“A *startup* pode lhe apresentar a resolução de um grande problema num tempo rápido e custo barato. Se você for fazer isso com a própria equipe, provavelmente vai investir muito em Pesquisa e Desenvolvimento até encontrar uma saída, e quando olhar para o mercado verá que existiam soluções já validadas em diversos cenários e clientes”, explica o Head de Startups do Sebrae-RS, Alcir Cardoso. O risco para

©iStock.com/Christian Horz



*Startups* oferecem ferramentas de gestão para supermercados em tempo ágil e a custo baixo, mas gestores têm dificuldades para encontrá-las

o empresário é pequeno. Ele pode fazer uma prova de conceito, chamar a *startup* para dentro da empresa, testar a solução primeiro, verificar se ela realmente consegue entregar algo, para depois contratar e fazer investimento mais alto.

Já existem várias parcerias entre *startups* e supermercados. Algumas fazem previsibilidade de precificação baseada em histórico de demanda e variáveis como inflação e clima. Há soluções de controle de estoque que utilizam de indicadores semelhantes e tecnologias que se apoiam no CRM para elaborar estratégias de marketing personalizadas. O Carrefour é cliente da ConstructIN, plataforma de documentação e gerenciamento remoto de obras por meio de imagens em 360°. O Asun e o Assaí Atacadista trabalham com a Infoprince e suas soluções de pesquisa e monitoramento de preços.

E agora estão chegando as *startups* de impacto social, como a Aliainclui, que desenvolveu um *app* que faz a leitura em áudio dos rótulos de produtos para pessoas com deficiência visual ou analfabetas. “Pelo QR-Code, o usuário acessa em áudio informações como nome do produto, peso, ingredientes, tabela nutricional. Este consumidor vai acabar escolhendo marcas que tem este selo de acessibilidade. Algumas re-



des, como a Andrezza, está fazendo gôndolas específicas para estes SKUs”, conta Cardoso.

#### CORRENDO ATRÁS

“As indústrias estão muito à frente do varejo nessas parcerias com pequenos negócios focados em inovação. Elas já perceberam que podem obter grandes benefícios a baixo risco e apostam no segmento”, avalia o consultor de tecnologia para varejo Gustavo Lopes Jr. A variedade de categorias de empresas nascentes oferece um leque de opções para muitas demandas: RH, Saúde, Planejamento Estratégico,

### Ferramentas de gestão e soluções tecnológicas para dores supermercadistas

#### AS MELHORES POR CATEGORIA EM 2023 NO BRASIL

- AGRO (AgriTech) – Aiko (MG) e EcoTrace (SP)
- CIÊNCIA DE DADOS (Big Data) – Shooju e Suiv (SP)
- CONSTRUÇÃO CIVIL (ConstruTechs) – ConstruCode (SP) e Construct IN (RS)
- CONSUMIDOR (Customer Service) – Nvoip (MG) e Tallos (CE)
- EDUCAÇÃO (EdTechs) – Edusense e Descola (SP)
- ENERGIA (EnergyTech) – Cubi Energia e Clarke Energia (SP)
- FINANÇAS (Fintech) – Útil (SP) e Planium (RJ)
- INDÚSTRIA (IndTechs) – Scoreplan (RS) e Syx (PR)
- IMPACTO AMBIENTAL (CleanTechs) – MeuResíduo e Trashin (RS)
- INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA) – Fu2re (RJ) e Hand Talk (AL)
- INTERNET DAS COISAS (IOT) – Sirros IoT (RS) e Clima ao vivo (MG)
- LOGÍSTICA (LogTech) – CargoSapiens (MG) e GoFlux (SP)
- MARKETING (MarTech) – Driva (PR) e InstantTeaser (RJ)
- RECURSOS HUMANOS (HRTechs) – Recrut.AI (PE) e Dialog (SP)
- SAÚDE (HealthTech) – Weknow (SC) e Carefy (SP)
- SERVIÇO JURÍDICO (LegalTech) – Click Compliance (RJ) e Lexio (SP)
- VAREJO (RetailTech) – Standout (SP) e PriceSurvey (MG)

Fonte: *Ranking 100 Open Startups*

Expansão, Marketing, Educação, Inteligência Artificial, Finanças, Sustentabilidade.

O supermercadista pode até ser investidor de uma *startup*, só não pode exigir exclusividade. Embora o suporte do supermercado tenha sido crucial para novas empresas entrarem no mercado com fluxo de caixa, a vantagem do modelo de negócio é a sua replicabilidade, sua escalabilidade. “Os supermercados no Reino Unido e nos Estados Unidos estão lotados de novas startups de alimentos que estão inovando o mercado de bens de consumo de alto giro com novos produtos e um toque de estilo diferenciado. Esse fenômeno pode ser visto na expansão das linhas de ketchup, que passaram de um número insignificante de itens para pelo menos uma dúzia de variedades”, observa o consultor.

#### COMO ENCONTRAR UMA STARTUP

A forma do empresário supermercadista ficar sabendo que existe *startup* com solução para seus problemas é fazendo parte do ecossistema de ino-

vação. Se os segmentos tradicionais querem estar bem informados sobre estes empreendimentos, precisam fazer parte de comunidades como o ecossistema do SebraeX, do Instituto Caldeira, do TecnoSinos e outros similares. “Você deve participar das reuniões, dos encontros e eventos, pois é nessas ocasiões que vamos apresentando as tendências, as novidades, as tecnologias, as soluções emergentes no mercado. Tem que participar de pitches até como ouvintes”, ressalta Cardoso.

Esses assuntos são tratados numa esfera que é um pouco afastada dos mecanismos tradicionais de conhecimento. As *startups*, por sua vez, devem procurar futuros clientes nos eventos do nicho que atendem. “Se ela traz soluções para o varejo, deve ir para a ExpoAgas, por exemplo. Uma *healthtech* deve marcar presença nos eventos de saúde. Os Summits servem mais para a *startup* buscar potencial investidor ou maturar o modelo de negócio, a sua solução. Estamos vendo que as feiras setoriais estão se abrindo mais para isso”, complementa.

#### DESTAQUES NACIONAIS DO RS

No Ranking 100 Open Startups de 2023, o RS teve nove *startups* reconhecidas no ranking geral e cinco nos Rankings TOP 10 por categoria.

##### ■ 4º Scoreplan – Caxias do Sul (@scoreplan)

Um software completo para Planejamento Estratégico e Orçamentário. Integra OKR, BSC, indicadores, projetos e mais.

##### ■ 9º Construct IN – São Leopoldo (@construct.in)

Plataforma de documentação e gerenciamento remoto de obras por meio de imagens em 360º com funcionalidades que facilitam a comunicação.

##### ■ 17º Scopi – Taquara (@scopi-sistemas)

Plataforma de planejamento e gestão estratégica que integra as principais ferramentas de gestão de cenários, riscos, OKRs, metas, projetos, processos e pessoas.

##### ■ 24º Sirros IoT – Novo Hamburgo (@sirrosiot)

Soluções em Internet das Coisas para que a indústria aumente sua produtividade, diminua seus custos e monitore sua eficiência.

##### ■ 32º MeuResíduo – Santa Cruz do Sul (@meuresiduo)

Plataforma para gestão da informação de resíduos, reduzindo custos, riscos ambientais e aumentando faturamento, rastreabilidade e transparência.

##### ■ 52º Attendare – Três de Maio (@attendareoficial)

Aprimora suas vendas, da prospecção à carteira de clientes, através de CRM + Automação de Marketing e Vendas + *Analytics*, tudo em um só lugar.

##### ■ 60º Trashin – Porto Alegre (@trashinoficial)

Simplifica o processo de gestão de resíduos e logística reversa, da coleta à destinação adequada, valorizando o resíduo e gerando renda através da economia circular.

##### ■ 87º Econodata – Porto Alegre (@econodata.br)

Plataforma online de prospecção e inteligência em vendas B2B que ajuda equipes a gerarem melhores oportunidades com informações mais confiáveis.

##### ■ 88º Aprix – Porto Alegre (@aprixbr)

A Aprix é especialista em resolver problemas complexos de precificação com alto volume de dados usando inteligência artificial.



Arquivo Pessoal

**ANA CAROLINA PEUKER**

Psicóloga e CEO da *startup* Bee Touch, pioneira na mensuração digital de risco psicológico e em avaliações psicológicas digitais

## ANTIFRAGILIDADE EM TEMPOS DE CRISE

**A**s enchentes que devastaram o Rio Grande do Sul em maio trouxeram um impacto profundo e duradouro não só nas infraestruturas físicas, mas também na saúde emocional de empresários e trabalhadores do setor supermercadista. Mais de 300 lojas foram severamente afetadas, acarretando perdas significativas e desafiando a resiliência de todos. Trabalhadores e empresários enfrentaram a perda não só de bens materiais, mas também do senso de segurança e estabilidade.

A ansiedade e o estresse decorrentes de incertezas financeiras, junto com a responsabilidade de assegurar o bem-estar de seus funcionários, constituem um desafio hercúleo aos empresários. Trabalhadores, por sua vez, enfrentam o medo de desemprego e a perda de suas fontes de renda, aumentando o risco de desenvolverem transtornos como depressão e Transtorno de Estresse Pós-Traumático (TEPT).

A gestão de riscos psicossociais é essencial em tempos de crise. Identificar e mitigar fatores de estresse ajuda a proteger a saúde mental dos funcionários. As empresas devem implementar políticas de apoio psicológico, criando ambientes nos quais os trabalhadores se sintam seguros e apoiados. Programas de saúde mental bem planejados e estruturados são fundamentais, alinhando as empresas com as melhores práticas de saúde, segurança e diretrizes de ESG.

A ideia de antifragilidade, desenvolvida por Nassim Nicholas Taleb, é a capacidade de um sistema não apenas de resistir a choques, mas de se fortalecer com eles. Aplicar esse conceito ao setor supermercadista significa não apenas recuperar-se das enchentes, mas

utilizar a crise como uma oportunidade para melhorar processos e estruturas, tornando-se mais fortes e preparados para futuros desafios. A abordagem antifrágil incentiva a inovação e a adaptação, transformando adversidades em vantagens competitivas.

A tecnologia pode ser uma aliada poderosa na identificação e gestão de casos de risco emocional. Ferramentas digitais de monitoramento podem rastrear sinais de estresse e outras condições psicológicas, permitindo intervenções precoces e suporte contínuo e personalizado dos trabalhadores que necessitam.

A resiliência em face de desastres naturais exige uma abordagem multifacetada. Para mitigar os impactos das enchentes, é vital que as empresas implementem políticas de preparação e resposta a desastres, além de promover a saúde mental e o bem-estar dos trabalhadores de forma contínua e não “por espasmos”. A criação de ambientes de trabalho resilientes, onde a segurança física e emocional é priorizada, é fundamental para a prosperidade das pessoas e a recuperação dos negócios.

Empresas no setor supermercadista devem adotar medidas como treinamento para gerenciar o estresse e a adaptação a novas condições ambientais e riscos emergentes. A melhoria das infraestruturas para resistir a eventos futuros e a implementação de sistemas de alerta precoce são igualmente importantes. Mas, mais do que erguer paredes, é preciso fortalecer a capacidade emocional das pessoas. Por isso, oferecer medidas e ações de apoio psicológico pode fazer uma diferença significativa na recuperação dos trabalhadores afetados.

---

**"A gestão de riscos psicossociais é essencial em tempos de crise. Identificar e mitigar fatores de estresse ajuda a proteger a saúde mental dos funcionários."**

---

# PREVENINDO PARA NÃO REMEDIAR

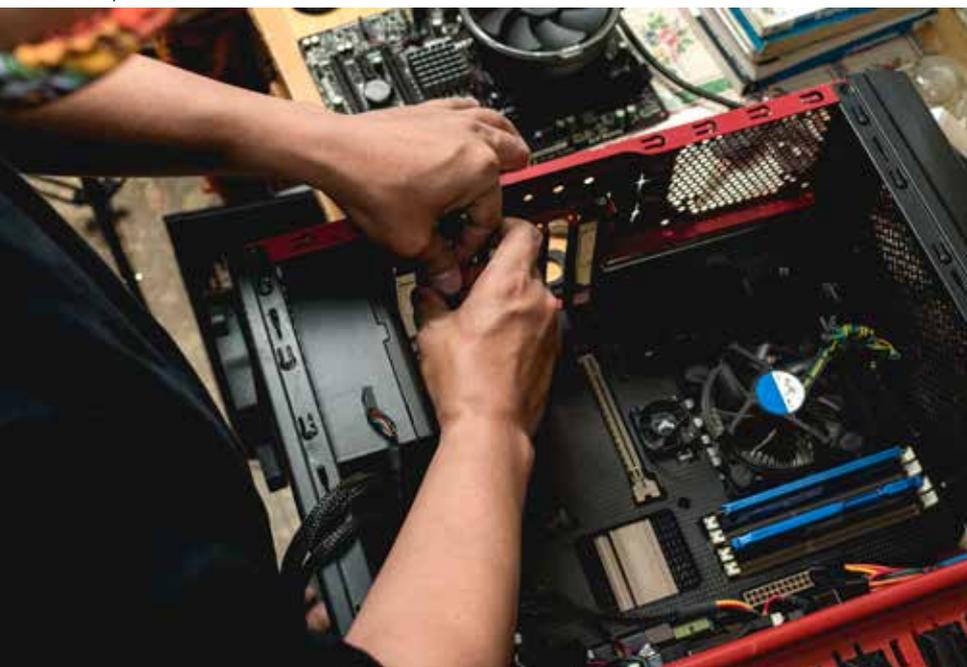
**N**

o contexto dos desafios enfrentados pelos supermercados do Rio Grande do Sul após as recentes enchentes, a recuperação e o cuidado contínuo dos equipamentos se tornaram componentes essenciais da rotina e do planejamento financeiro dessas lojas. A manutenção preventiva, por exemplo, é essencial para evitar paradas inesperadas e prejuízos financeiros. Equipamentos como caixas registradoras, balanças, computadores e servidores são vitais para a operação diária de um supermercado. Sem a devida manutenção, esses equipamentos

podem falhar, comprometendo a eficiência e a produtividade. Além disso, para protegê-los em caso de novas inundações, deixar o que for possível em locais mais altos, como um segundo ou terceiro andar, pode evitar o pior.

Implementar um programa de manutenção preventiva envolve inspeções regulares e a substituição de peças desgastadas antes que causem problemas maiores. Essa abordagem prolonga a vida útil dos equipamentos e garante a continuidade dos negócios, evitando interrupções no atendimento ao cliente.

©iStock.com/MDV Edwards



## HIGIENIZAÇÃO CORRETA

A higienização dos equipamentos, seja alimentícios ou eletrônicos, é uma prática que exige atenção redobrada. Equipamentos de produção e manuseio de alimentos devem ser limpos diariamente para evitar contaminações e garantir a qualidade dos produtos. Para isso, recomenda-se o uso de detergentes neutros e desincrustantes alcalinos, sem corantes ou aromas, assegurando tanto a segurança alimentar quanto a integridade dos equipamentos.

Agora, no caso dos eletrônicos, “é fundamental destacar que o contato com líquidos pode ser extremamente prejudicial, podendo deixá-los parcial ou totalmente inoperantes e piorar de vez a situação”, explica Rafael Oliveira, diretor da Logpc Informática e formado em Gestão Comercial.

Manutenção e prevenção de equipamentos devem ser rotinas essenciais. Após as enchentes, saber como cuidar de itens mais críticos torna-se primordial



©iStock.com/Cid Gueles

Oliveira enfatiza que, antes de qualquer ação, como ligar o equipamento, mesmo que ele não apresente sinais aparentes de dano, é crucial procurar um especialista para uma verificação interna. “Em termos gerais, é importante dar atenção especial aos equipamentos que contêm dados e informações que precisam ser recuperadas, como servidores e microcomputadores”, complementa.

Para os colaboradores, possuir um entendimento básico sobre o funcionamento e as melhores práticas de uso dos equipamentos é decisivo. O departamento de TI ou o provedor de serviços precisam estar sempre atualizados e disponíveis para uma comunicação rápida e eficaz. Isso permite a mitigação e resolução ágil de problemas técnicos, garantindo que as operações não sejam interrompidas desnecessariamente. “É primordial que a organização conte com profissionais confiáveis e dedicados, capazes de oferecer suporte, correção, orientação e treinamento adequado aos colaboradores, preparando-os para lidar com diversas situações delicadas”, destaca o gestor ao enfatizar a importância da capacitação contínua.

## MANUTENÇÃO PREVENTIVA

Todos os equipamentos eletrônicos de um estabelecimento devem passar por um proce-

dimento de manutenção preventiva anual. Essa rotina simples pode prevenir problemas e aumentar a durabilidade do equipamento. No caso de microcomputadores e servidores, recomenda-se realizar a manutenção a cada seis meses.

A manutenção preventiva de *hardware* envolve, essencialmente, a limpeza interna do equipamento para remover a poeira acumulada. Além disso, é necessário avaliar componentes como *coolers* e dissipadores, que são responsáveis pela refrigeração adequada.

Frequentemente, também é necessária a substituição da pasta térmica dos processadores para garantir a correta dissipação de calor. Uma avaliação visual completa é igualmente importante, permitindo a identificação de problemas como a oxidação de componentes devido à umidade ou questões decorrentes da instabilidade de energia.

## DESAFIOS PÓS-ENCHENTES

As recentes enchentes no Rio Grande do Sul causaram devastação em muitas lojas, resultando em perdas significativas de equipamentos. A recuperação desses estabelecimentos é um desafio que requer planejamento meticuloso e investimentos substanciais.

---

## Perda de equipamentos impactou empresas de todos os setores

---

©iStock.com/NiroDesign



A prioridade inicial é a completa limpeza e desinfecção das áreas afetadas, seguida por uma avaliação técnica detalhada para determinar quais equipamentos podem ser restaurados e quais precisam ser substituídos devido aos danos irreparáveis.

Para supermercados impactados, a primeira etapa é a recuperação das áreas atingidas, seguida pela avaliação criteriosa dos equipamentos danificados. Equipamentos elétricos e eletrônicos, como caixas registradoras e servidores, frequentemente sofrem danos irreversíveis devido à exposição à água.

“Em casos de enchentes, equipamentos eletrônicos geralmente são perdidos completamente. A recuperação envolve a substituição através de seguros de reposição ou aquisição direta. Essas situações trágicas ressaltam a importância de seguros abrangentes tanto para bens físicos, como prédios e equipamentos, quanto para aspectos lógicos, como dados e sistemas de gestão”, observa Fernando Misato, presidente da Sociedade de Usuários de Tecnologia do Paraná (Sucesu-PR).

Misato enfatiza a necessidade de seguros que garantam a gravação de dados em servidores remotos e a duplicação dessas informações em locais alternativos. Além disso, ele destaca a importância de processos regulares de *backup* e recuperação para garantir a integridade e disponibilidade contínua dos dados críticos do negócio.

## DICAS PARA A PREVENÇÃO

Aqui estão algumas dicas práticas para a recuperação e prevenção:

■ **Avaliação técnica:** Contrate profissionais qualificados para avaliar a extensão dos danos e determinar as melhores opções de recuperação. Uma avaliação técnica precisa é fundamental para tomar decisões informadas sobre quais equipamentos podem ser recuperados e quais precisam ser substituídos.

■ **Equipamentos de qualidade:** Investe em equipamentos robustos e de alta resistência, especialmente aqueles fabricados em aço inoxidável. Equipamentos de qualidade superior não só duram mais, mas também são mais resistentes a danos e menos propensos a falhas.

■ **Capacitação dos funcionários:** Treine os operadores dos equipamentos para garantir o uso correto e seguro, seguindo as diretrizes dos manuais de instrução. A capacitação dos funcionários é importante para garantir que os equipamentos sejam utilizados corretamente e que pequenas falhas possam ser identificadas e corrigidas rapidamente.

■ **Plano de contingência:** Desenvolva um plano de contingência para emergências, incluindo protocolos para manutenção e substituição de equipamentos. Um plano de contingência bem elaborado pode minimizar os impactos de emergências e garantir que o supermercado possa continuar operando, mesmo em situações adversas.



CLAUDIO GOLDSZTEIN

Presidente do Conselho do  
Instituto Cultural Floresta

# NADA DE CRUZAR OS BRAÇOS

**P**assado o momento mais agudo da tragédia do Rio Grande do Sul, houve uma natural desmobilização de esforços. Pessoas estão voltando para suas casas, algumas necessidades imediatas não são mais necessárias. Mas o trabalho não pode parar. A reconstrução levará meses, até anos para muitos — e a sociedade civil precisa continuar fazendo sua parte.

Como na pior hora da calamidade, agora o poder público também não consegue chegar a todos, em que pesem seus esforços. A mesma união que somou coragem e recursos em resgates, ajudando a salvar vidas humanas e animais, deve continuar, em coordenação com entidades locais, prefeituras e forças de segurança.

As entidades civis, especialmente, têm papel fundamental nessa atuação. Destaco o que temos feito no Instituto Cultural Floresta: nascemos para aproximar a sociedade do poder público e contribuir para a melhoria da segurança e da educação no RS. Com o desastre natural, agimos rapidamente.

Por exemplo, arrecadamos doações e distribuímos milhares de equipamentos e itens essenciais ainda em maio. Levamos em comboio ao Vale do Taquari cestas básicas, materiais de limpeza e higiene, botas de borracha e ferramentas para reconstrução.

Estamos comprometidos ainda com as forças de segurança, para auxiliar servidores das polícias a reconstruírem suas casas. Entregaremos também drones de visão térmica e equipamentos para ampliar o sistema de radiotransmissão no Vale do Taquari, um dos mais atingidos pela catástrofe, e que poderá reestruturar o patrulhamento e comunicação em áreas desabitadas e vulneráveis.

Recentemente, demos início à entrega de móveis e eletrodomésticos destinados a 500 servidores da segurança pública que foram atingidos pelas enchentes no Rio Grande do Sul. Os beneficiados incluem servidores ativos da Brigada Militar, Polícia Civil, Instituto-geral de Perícias e Corpo de Bombeiros.

A iniciativa batizada de “Operação Casa Segura” também é uma forma de demonstrar para as forças de segurança o reconhecimento da sociedade civil pela coragem e empenho dos profissionais que, todos os dias, colocam suas vidas em risco para proteger a comunidade. Mesmo com casas e famílias atingidas pelas enchentes, centenas de servidores se mantiveram firmes no propósito de servir as comunidades. Um reforço no sentimento de união tão necessário nesse momento.

Apoiamos, ao lado da Federasul, o Fundo Reconstrói RS, criado pelo Instituto Ling, que destinará recursos para a reconstrução do nosso estado. Uma forma de que indivíduos, famílias, empresas e organizações sem fins lucrativos possam remar para o mesmo lado no objetivo de reerguer nosso Estado.

Conclamo as demais entidades civis e toda a sociedade para que siga mobilizada, dentro das suas possibilidades. Somente num esforço conjunto poderemos superar esse desafio. Cada instituição, seja ela dedicada à segurança, à saúde, à educação ou à assistência social, tem papel fundamental na reconstrução do Rio Grande do Sul. Enquanto houver algo a ser feito, não podemos ficar de braços cruzados.

---

**“A mesma união que somou coragem e recursos em resgates, ajudando a salvar vidas humanas e animais, deve continuar, em coordenação com entidades locais, prefeituras e forças de segurança.”**

---

# expediente

## Presidente

Antônio Cesa Longo / *Bento Gonçalves*

## Vice-Presidentes

Antônio Alberto Righi / *Santana do Livramento*

Augusto de César / *Esteio*

Cláudio Zaffari / *Porto Alegre*

Patrique Nicolini Manfroi / *Bagé*

Sérgio Zaffari / *Passo Fundo*

## Diretores

Antônio Ortiz Romacho / *Gravataí*

Carlos Ely / *Porto Alegre*

Cláudio Schwerz / *Cruz Alta*

Eneo Karkuchinski / *Lajeado*

Jacinto da Luz Machado / *Porto Alegre*

Jaime José Andreazza / *Caxias do Sul*

Jairo Libraga / *Santa Maria*

Jorge Cappellari / *Porto Alegre*

José Reni Milanezi dos Santos / *Imbé*

Lindonor Peruzzo Júnior / *Bagé*

Luiz Carlos da Silva Carvalho Júnior / *Rio Grande*

Manuel Ademir Pereira / *Viamão*

Matheus de Aguiar Viezzer / *Canoas*

Pedro Jacó Schneider / *Ivoti*

Raymundo Renero Beltrame Neto / *Santa Maria*

## Conselho Fiscal

Cesion do Nascimento Pereira / *Capão da Canoa*

Franck Flamarion Muller / *Taquara*

Sandro Formenton / *Canoas*

Agnes dos Passos Ramos / *Porto Alegre*

Danilo Alberto Tiziani / *Porto Alegre*

Paulo Roberto Dreger / *Porto Alegre*

## Conselho Superior

Ademar Pedro Cappellari / *Porto Alegre*

Cláudio Ernani Neves / *Jaguaraão*

José Luiz Righi / *Santana do Livramento*

Lindonor Peruzzo / *Bagé*

Luiz Carlos Carvalho / *Rio Grande*

Paulo Fernando Pfitscher / *Porto Alegre*

Olirio Bortolon / *Vacaria*

Santo Assis Beltrame / *Santa Maria*

Ugo Dalpiaz / *Osório*

## Representantes

Ademir Fávero / *Erechim*

Alceu Maggi Borges / *Cachoeirinha*

Amaury Andre Feron / *São Luiz Gonzaga*

Ardi Deloi Muller / *Taquara*

Arlei José Karpinski / *Getúlio Vargas*

Arthur Ribeiro Sobrinho / *Soledade*

Carlos Alberto Buckner / *Ibirubá*

Celso Miller / *Santa Cruz do Sul*

Cláudia Sonda / *São Paulo*

Daniel Lenz / *Venâncio Aires*

Danilo Tiziani / *Porto Alegre*

Davi Treichel / *Pelotas*

Eduardo Vilella Neves / *Jaguaraão*

Ezequiel Longo / *Marau*

Fernando De César / *Farroupilha*

Gastão H. Weinert / *Santo Ângelo*

Gilberto José Cremonese / *Santa Maria*

Helvio Debona / *Sarandi*

Ismael Ali Baklizi / *Uruguaiana*

Ismael Becker / *São Leopoldo*

Joel Erling / *Balneário Pinhal*

Júlia Zaleski Fleck / *Horizontina*

Leandro Alberto Rheinhermer / *Carazinho*

Luiz Antônio Oliveira / *Alvorada*

Luiz Brandão / *Santiago*

Mariii Mombach / *Montenegro*

Nelson Sebben / *Espumoso*

Renan Figueiredo Martins / *Eldorado*

Rodrigo Marin / *Guaporé*

Rosane Ávila Roxo / *Camaquã*

Rudi Nei Schneider / *Panambi*

Sergio Copetti / *Santa Maria*

Tania Maria Ampessan Fochesato / *São Marcos*

Tiago Zaffari / *Passo Fundo*

Vinicus Righi / *Santana do Livramento*

## AGAS JOVEM

### Presidente

Roberta Barreto / *Codebal*

### Vice-presidente

Júlia Zaleski Fleck / *Horizontina*

### Diretores

Arthur Bolacell / *Mercado Brasco*

Bruno Lang / *Mercado Lang*

Emanuel Oliveira / *Super Minuano*

Guilherme Viezzer / *Super Viezzer*

José Francisco Mombach Friederich / *Mombach*

*Supermercados*

Lucas Ortiz / *Asun Supermercados*

Marcelo Meneguel Pereira / *Guarapari*

Raquel Beltrame / *Beltrame Supermercados*

### Conselho Superior

Adriana Ribeiro Ortiz / *Gravataí*

André de César / *Esteio*

Luiz Antônio Pereira / *Viamão*

Patrícia Machado / *Porto Alegre*



## Associação Gaúcha de Supermercados

Rua Dona Margarida, 320 – CEP 90240-610  
Bairro Navegantes – Porto Alegre/RS

### Contato:

(51) 2118-5200

☎ (51) 99996-9100

agas@agas.com.br

www.agas.com.br

## DEPARTAMENTOS

**Associado** / atendimento@agas.com.br

**Capacitação** / capacitacao@agas.com.br

**Comercial** / comercial@agas.com.br

**Financeiro** / financeiro@agas.com.br

**Imprensa** / imprensa@agas.com.br

**Jurídico** / juridico@agas.com.br

**Marketing e Eventos** / eventos@agas.com.br

# Claramax PAPÉIS

EMBALAGEM NOVA



NOVA TECNOLOGIA  
**FUSION**  
+ ABSORÇÃO  
+ RESISTÊNCIA



## Orgulho de ser gaúcha de verdade!

Nosso papel preferido  
é oferecer o melhor  
para a sua família!

EMBALAGEM NOVA



## Agora com novidade

Nossa Pratic e Clara Max estão com embalagem e gofre novos.

Visite-nos na **AGAS 2024**: estande 151, localizado na Rua L.

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

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

Curtir a vida  
é sempre  
bom demais.



Chegou!  
leite  
**Senior  
50+**

+ Rico em Cálcio

+ Vitaminas D, E e B12

+ Fonte de Fibras

Acesse o QR Code  
e saiba mais sobre  
o Leite Senior 50+.



AVISO IMPORTANTE: ESTE PRODUTO NÃO DEVE SER USADO PARA ALIMENTAR CRIANÇAS, EXCETO POR INDICAÇÃO EXPRESSA DE MÉDICO OU NUTRICIONISTA. O ALEITAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS 2 (DOIS) ANOS DE IDADE OU MAIS.