

# SUPER

REVISTA



## 43º Encontro

**Palestras,  
shows, negócios  
comemoração e muita  
confraternização**



**O MELHOR FUTURO BURGER  
JÁ FEITO, AGORA ATUALIZADO.**

MAIS CARNUDO MAIS SUCULENTO ZERO BOI



fazenda future

**FUTURO 2.0 BURGER™**

**FORAM TANTAS  
COISAS BOAS  
ESSE ANO QUE  
VAMOS PRECISAR  
DE MUITO  
ENCONTRO PARA  
COMEMORAR.**

CRYSTAL PRESENTE EM:



TV ABERTA



DIGITAL



RÁDIO



OOH



REVISTAS

**VEJA OS NOSSOS ESFORÇOS DESSE ANO:**

MAIS DE **200 MILHÕES** DE EXPECTADORES NA TV ABERTA.

**19 CELEBRIDADES** APARECERAM NOS NOSSOS COMERCIAIS DE TV.

MAIS DE **537 MIL VISUALIZAÇÕES** DO TALK SHOW DO ORESTES NO YOUTUBE.

**4 CRYSTAL ENCONTRA**, NOSSO FESTIVAL DE MÚSICA PROPRIETÁRIO,  
COM A PRESENÇA DE **12 ARTISTAS AO TODO**.

MAIS DE **1 BILHÃO** DE VIEWS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS.



BEBA COM SABEDORIA.

# NEUTROX

HIDRATAÇÃO PODEROSA

## CURTIR A VIDA AO MÁXIMO PEDE UM CUIDADO EXTREMO.

Chegou a nova linha Neutrox Xtreme, um tratamento de reconstrução extrema com o poder ativo da Trehalose, substância presente na flor da ressurreição, que vive até 10 anos no deserto com pouquíssima água.

Sua fórmula **blinda, hidrata e reconstrói** os fios para você curtir as boas coisas da vida, de novo.

Garanta já essa inovação:



## Comemoramos 2019 como um ano de muitas realizações



JOEL FELDMAN JÚNIOR

Presidente da Abase

presidencia@abase-ba.org.br

O ano de 2019 se encerra e a diretoria da Abase vem aqui agradecer a todos os seus associados por caminhar juntos ao longo destes 365 dias. A Abase, pensando no melhor para os seus filiados, promoveu durante o primeiro semestre, ciclo de palestras na área de tecnologia, voltada para os supermercadistas, a exemplo do Abase Conectada, ocorrida em março, onde especialistas falaram sobre as novas tecnologias aplicadas ao varejo. Foi também um ano de muitas inaugurações de novas lojas, em Salvador e em todo o Estado da Bahia. Aproveito aqui para parabenizar os supermercadistas baianos e as Redes que buscaram o que existe de melhor em automação para modernizar as suas lojas.

A Superbahia, evento realizado no mês de julho, na Arena Fonte Nova, mais uma vez mostrou a sua força e superou as expectativas com R\$ 300 milhões em negócios e público recorde. Com o tema "A tecnologia integrada ao varejo de alimentos, a 10ª Feira e Convenção Baiana de Supermercados, Atacados, Padarias, Restaurantes e Distribuidores, mostrou que a tecnologia aplicada ao varejo vem para transformar as relações entre as empresas e os consumidores, mas não para substituir a mão de obra existente.

Não paramos por aí. A Abase, em busca de auxiliar e orientar seus associados, ampliou o seu leque de convênios e firmou parceria com o Banco

do Nordeste, através do Convênio de Cooperação Técnica, que visa facilitar o acesso de seus filiados às linhas de crédito. E, assim, caminhamos, oferecendo diversos benefícios, como consultorias jurídicas nas áreas tributária e trabalhista, cursos, seminários e palestras, pesquisas de preços, salas de reuniões e tantas outras vantagens para nossos associados. Hoje, estamos com um quadro de cerca de 600 associados, perfazendo 1.500 lojas.

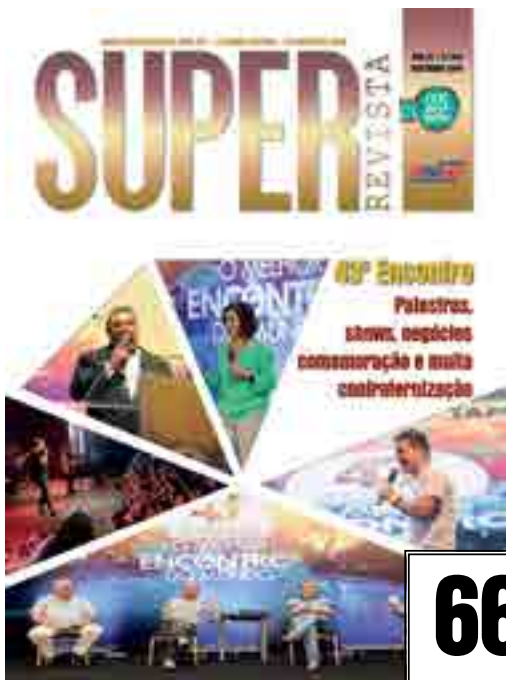
Em novembro último, realizamos o 43º Encontro Baiano de Supermercados, no Hotel Iberostar, na Praia do Forte, onde reuniu 1.600 convencionais em três dias para mostrar o que tem de melhor no setor varejista baiano. No encontro, além de lazer, os associados e familiares aproveitaram para participar de seminários e palestras, divulgando seus produtos e buscando conhecimento do que vem ocorrendo no setor supermercadista, além de ser um local de confraternização e para rever amigos. Mais uma vez fechamos com chave de ouro e o Encontro foi um sucesso.

Em nome da diretoria da Abase, quero desejar um Feliz Natal a todos nossos associados e, que o ano de 2020, venha com mais possibilidades de crescimento para o setor supermercadista e, essencialmente, que a Paz reine em nossos corações e a solidariedade faça parte de nossos caminhos!!!

**38**



Cultura da inovação:  
o que as empresas  
precisam fazer para não  
ficar por trás de um  
mercado cada vez mais  
competitivo



**66**

43º Encontro Baiano  
de Supermercados no  
Hotel Iberostar foi um  
sucesso



**60**

A abertura da nova  
loja Cesta do Povo  
do Ogunjá inaugura  
uma nova marca na  
Bahia



**160**

Sadia apresenta a sua  
linha de cortes suínos  
para supermercadistas  
e fornecedores baianos



**Warner Silva foi muito  
mais que um parceiro,  
foi um dileto amigo!**

**SUPER** REVISTA

**CATCHUP PALMEIRON.**  
**ABASTEÇA SUAS PRATELEIRAS**  
**COM O SABOR QUE CONQUISTOU A BAHIA.**

O Catchup Palmeiron é produzido a partir de produtos selecionados e tem grande quantidade de tomate. Por isso é um dos preferidos dos consumidores baianos para realçar o sabor de lanches rápidos como cachorro-quente, hambúrguer, batata frita e pizza. São 4 diferentes sabores: tradicional, picante, defumado e barbecue, os dois últimos seguindo a tendência do mercado pela demanda de produtos premium. Faça seu pedido e tenha sempre nas prateleiras o catchup que seus clientes mais procuram.



TP Food Service 1,15Kg

TP 300g

PEL 300g

## Órgão Oficial de Divulgação da Associação Baiana de Supermercados

### Fundadores:

Jornalistas Benneh Amorin  
e José Benedito Simões.

### Diretores:

Benneh Amorin,  
Euclides Paiva Jr.  
e Janaína Saraiva Amorin

### Diretor e Editor Executivo:

Benneh Amorin  
DRT/BA - 840  
(71) 9-9112-9967  
(71) 9-9178-9967



### Textos e reportagens:

Benneh Amorin,  
Eraldo Alves (DRT/SE-748),

### Revisão: Nice Câncio

**Comercial:** Antony Amorim, Benedito  
Moreira, Everton Sodré, Hebert Arley e  
Robélio Chagas

### Fotografias:

Benneh Amorin, Eraldo Alves,  
divulgação e uso livre da internet.

### Programação visual:

Gilfrance Araújo

### Administrativo-financeiro:

Cleonice Amorim

### Impressão:

Gráfica e Editora Pifferprint Ltda. / São  
Paulo-SP

### Tiragem desta edição:

10 mil exemplares.

Rua Anquises Reis, nº 81, Edifício Tropicália,  
Sala 104 - Jardim Armação  
Salvador - Bahia - CEP: 41750-100  
71-3371-8467/2670  
71-9-9112-9967 | 9-9178-9967  
email: viadireta@gmail.com

PRODUÇÃO E EDIÇÃO

**VIA DIRETA**  
COMUNICAÇÃO

## Associação Baiana de Supermercados

### Presidente-Fundador

Mamede Paes Mendonça  
(in memoriam)

### Presidente Vitalício/Conselheiro

Ailton de Melo Messias

### Presidente

Joel Feldman Júnior

### Vice-presidente de Assuntos Administrativos

João Claudio Andrade Nunes

### Vice-presidente Financeiro

Jolival José de Andrade

### Vice-presidente de Abastecimento

Deise de Oliveira Brandão

### Vice-presidente Jurídico

Miguel de Souza Dantas Filho

### Vice-presidente Sindical

Itamar Gois Fontes

### Vice-presidente de Comunicação

Amanda Vasconcelos

### CONSELHO FISCAL EFETIVO

Teobaldo Luís da Costa

Marcelo Lima de Jesus

Gilson Souza Couto

### SUPLENTES

Jânio Neves Santos

Roque Pereira de Oliveira

Paulo Cesar Correia de Andrade

### DIRETORIA DA ASSEMBLEIA GERAL

#### Presidente

José Humberto Souza

#### 1º Secretário

Abdiel Bastos do Amaral

#### 2º Secretário

Aelmo Sampaio de Oliveira

### SINDSUPER - Presidente

Teobaldo Luís da Costa

### Superintendente

Mauro Rocha - abasegerencia@abase-ba.org.br

### Gerente Administrativo e Financeiro

Lilian Malta - abaseadm@abase-ba.org.br

### Marketing e Eventos:

marketing@abase-ba.org.br

### Financeiro:

financeiro@abase-ba.org.br

Rua Gilberto Amado, 276, Ed. Mamede Paes Mendonça, Jardim  
Armação CEP 41750-110 - Salvador/BA / Tel.: 71 3444-2888  
Fax: 71 3444-2870 / www.abase-ba.org.br

## ALTO GIRO NAS GÔNDOLAS



AS FRAGRÂNCIAS DA NATUREZA  
EM NOVAS EMBALAGENS

maran

Conheça os **CORTES SUÍNOS** da Sadia que vão aumentar suas **VENDAS**.

Quanto mais você sabe, melhor a Sadia fica.

Sadia

CORTES SUÍNOS



Fatiados

linha Fácil

Peças



O Espaço Litoral Norte é ideal para a sua empresa realizar seus eventos corporativos. Localizado na Estrada do Coco, antes do pedágio, voltando para Salvador, o Espaço Litoral Norte é um local agradabilíssimo, rodeado de bela paisagem, arborizado e excelente infraestrutura.

O auditório, por exemplo, acomoda 300 pessoas. Vanessa Cruz da Silva, administradora do Espaço Litoral Norte, diz que para as empresas que desejam organizar seus eventos, o espaço oferece toda a estrutura necessária. "O cliente vai dizer o que precisa e qual a sua demanda que iremos organizar o seu evento da melhor forma possível".

O Espaço Litoral Norte é dotado também de 31 suítes climatizadas, amplas e arejadas, oito alojamentos coletivos, piscinas, campo com grama sintética, quadra de voleibol, salão de jogos, auditório, refeitório, cozinha industrial equipada etc.

Ou seja, além de eventos corporativos, reuniões, convenções, treinamentos, o espaço serve também como opção de lazer para celebração de festas de aniversários e casamentos, seminários e eventos escolares e empresariais. O lugar é ideal tanto para eventos empresariais, como também de lazer, com opção de hospedagem.

## *Faça seu evento no Espaço Litoral Norte*

**As vantagens do Espaço Litoral Norte são enaltecidas também pelo gerente Ezequiel Silva Souza. "Nosso compromisso é com a satisfação dos nossos clientes. Nossa equipe recebe as pessoas que por aqui passam de coração aberto, com muito carinho, amor e atenção. Todos nós fazemos o máximo para oferecer o melhor, para que eles possam ficar bem à vontade, desfrutando de um ambiente de tranquilidade e muita paz", assegura Ezequiel.**



Aguardamos o seu contato!  
(71) 98750-4585 (Whatsapp)  
(71) 99612-4415  
[contato@portaloxente.com](mailto:contato@portaloxente.com)



# PROMO

A MELHOR DO NORTE | NORDESTE  
AGORA TAMBÉM NO CENTRO-OESTE

## QUEM SOMOS

EMPRESA **REFERÊNCIA** NO SEGMENTO DE **PROMOTORES COMPARTILHADOS E AÇÕES PROMOCIONAIS** EM TODO NORTE E NORDESTE. POIS NOSSA PROPOSTA É

SERMOS A PRINCIPAL FERRAMENTA DE VENDAS DE NOSSOS CONTRATANTES. EQUIPE TREINADA E MOTIVADA, COM


**FOCO 100% NO RESULTADO.**


A **PROMO PRIME** HOJE SE TORNA O **MELHOR CUSTO BENEFÍCIO** E COM **100% de SATISFAÇÃO** DE NOSSOS PARCEIROS CONTRATANTES. POIS FAZEMOS VALER CADA CENTAVO INVESTIDO E COM RESULTADO IMEDIATO E CONTÍNUO.

## PORQUE NOS CONTRATAR?

- ✓ MAIOR E MELHOR EQUIPE DE PROMOTORES
  - Trade Marketing | Ações | Brading | Degustação | Promotores
- ✓ EQUIPE ALTAMENTE MOTIVADA
  - Promotores Compartilhados | Exclusivos | Roteiristas
- ✓ FOCO EM VENDAS = MELHORES RESULTADOS
- ✓ SISTEMA DE ACOMPANHAMENTO MOBILE
- ✓ ATENDEMOS TODO NORTE, NORDESTE E MATO GROSSO DO SUL

(71) 3019.6645

 promonordeste

 promoprime.com.br



## PRINCIPAIS CLIENTES



## PRINCIPAIS REDES



**Onde tem G-light,  
tem produtos com qualidade  
e alto giro na gôndola.**



**G-light**

A sua marca em iluminação.

G-light é a marca de iluminação que mais vende no Nordeste. Com um mix de produtos campeão de vendas, selecionados para o varejo alimentar, a marca G-light conta com um material de apoio para o PDV estratégico para todos os setores e necessidades. Para vender mais tem que ter produtos de qualidade, certificados e econômicos. Vender mais é com a G-light.

**Com a G-light o seu projeto  
de iluminação ganha em  
qualidade e economia.**

**Shop Light LED**

Disponível com módulo ou lâmpada tubular T8 LED.



**CUSTOMIZAÇÃO**

- TAMANHO
- POTÊNCIAS
- GANCHOS
- DIFUSOR



**LÂMPADA Hermética**

Para cozinhas industriais, frigoríficos e áreas úmidas.



Superfície de contato de 4000K de luz branca fria. Indicada para ambientes úmidos e com alta temperatura. Consulte o manual de instruções para mais detalhes.

**90%<sup>ATE</sup>  
ECONOMIA  
DE ENERGIA**



**High Bay Modular LED**

Ideal para grandes áreas com até 18m de altura.



- SISTEMA MODULAR
- 50 A 100W
- ESTRUTURA EM ALUMÍNIO

**LÂMPADA TLN LED**



Extremamente leve. Indicada para depósitos e galpões.

- 85 A 180W
- E27 OU E40

**Bloco Autônomo LED**

Mais segurança por mais tempo com a iluminação de emergência.

- 600 A 3.000 LÚMENS
- AUTONOMIA DE 3 A 6 HORAS
- BATERIA DE ION LÍTIU



- ATÉ 5 ANOS DE GARANTIA
- BAIXO CUSTO DE MANUTENÇÃO
- VIDA ÚTIL DE ATÉ 50MIL HORAS
- BAIXO CONSUMO ENERGÉTICO

Seja um novo projeto luminotécnico ou retrofit, a G-light tem o produto específico que cabe no seu orçamento. Todos desenvolvidos com a tecnologia LED e alta eficiência, proporcionam uma iluminação confortável e com o melhor dos benefícios: ECONOMIA GARANTIDA NO CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA. Iluminar com mais qualidade, economia, durabilidade e eficiência, é com a G-light.

**G-light**

LEDPROJETOS

## Exponor e Superbahia

Antes da Bahia optar em realizar a Superbahia, a Exponor era a feira que reunia, inicialmente, os estados do Norte e Nordeste, depois só Nordeste. A Bahia realizou várias delas.



### Onde encontrar os produtos Josapar na Bahia

- |  |  |
|--|--|
| <b>Representações Rio-grandense</b><br>Salvador e região metropolitana<br>(71) 3213 8120 | <b>Buena Representações</b><br>Ilhéus<br>(71) 36943 2052                 |
| <b>DOM Pavesi e Cia Ltda.</b><br>Salvador e região metropolitana<br>(71) 3273 8100       | <b>ES Representações Ltda.</b><br>Barreiras<br>(77) 98128 6618           |
| <b>HMP Representações</b><br>Região Norte<br>(31) 99872 9489                             | <b>JE Dinâmica Representações</b><br>Sincora do Conde<br>(71) 98647 8518 |



Feliz Natal  
e Próspero Ano Novo  
É O QUE DESEJA A FAMÍLIA



Da Fazenda para sua Vida



(71) 3371-3756 - Salvador/BA  
(75) 2102-7600 - Feira de Santana/BA  
[www.rmr Distribuidora.com.br](http://www.rmr Distribuidora.com.br)  
[sac@rmrdistribuidora.com.br](mailto:sac@rmrdistribuidora.com.br)

Millano tem Queijo Reino,  
Queijo Minas Padrão,  
Queijo Ralado e Manteiga.

ORIGINAL MARCAS  
(71) 3016-3038 - 88896-8000



queijosmillano.com.br



REPRESENTANTE  
71 3082-4848  
talita@cabanelas.com.br



FRISA

GIRO REPRESENTAÇÕES  
Edinaldo Araújo Mota  
giro13.rep@gmail.com  
Tel: (71) 3092-4443  
Cel: (71) 99608-7037



QUALITA  
REPRESENTAÇÕES LTDA.

OK Copacol ALIANÇA

REGIÃO BA/SE - Maurício Ribeiro  
71 99642 0329 - qualirep@gmail.com



# Distribuidora Santos cresce, apesar de mercado em baixa

Uma das mais tradicionais empresas de Distribuição da Bahia, com sede em Feira de Santana, a Distribuidora Santos vem, ano a ano, obtendo confortáveis taxas de crescimento, apesar da adversidade do mercado, como ocorreu neste ano de 2019. De acordo com o sócio-proprietário da empresa, Pedro Araújo Santos Filho, conhecido no mercado como Pedrinho, apesar de tantos obstáculos deste ano que está se findando, com uma economia instável, a empresa conseguiu atingir as metas estabelecidas.

Essa boa performance Pedrinho atribui, entre outros, a dois fatores

determinantes: "O trabalho de nossos colaboradores, especialmente da equipe de vendas, e ao apoio que nos tem dado os nossos fornecedores", salienta ele, acrescentando que a aguerrida equipe de vendas da Distribuidora, formada por vendedores e 35 representantes comerciais, não mede esforços para atender aos clientes da empresa, da melhor e mais adequada forma comercial.

"Já os nossos fornecedores, nos dá todo apoio que necessitamos para fazer com que os seus produtos cheguem aos nossos clientes com qualidade e um preço justo. Vale ressaltar, também, que nós cumprimos a nossa parte, realizando os nossos pagamentos rigorosamente em



Pedro Araújo Santos Filho, sócio-proprietário da Distribuidora Santos

dia. Este é um dos itens, modéstia à parte, que nos orgulhamos desde a fundação da empresa em 1993, por mim e meus irmãos com quem compartilho a gestão da Distribuidora Santos”,

informa ele.

Apesar de ter atingido as metas propostas, Pedrinho reconhece, que sempre se espera um pouco mais. Mas, acredita que as medidas que o novo governo vem tomando

no campo econômico, de muito contribuirá para que o ano de 2020, seja bem melhor, “pelo menos é o que esperamos e torcemos”, frisa Pedrinho, reafirmando que a Distribuidora Santos estará sempre aperfeiçoando suas práticas administrativas em prol de atender bem aos seus milhares de clientes espalhados pela Bahia.

“Aqui na Distribuidora Santos estamos diariamente antenados com o mercado e buscando novas oportunidades de negócios, como, por exemplo, incorporando novos fornecedores que queiram crescer conosco, pois um dos pilares que norteiam a nossa filosofia é estabelecer saudáveis parcerias, tanto com os fornecedo-

res, como também com os nossos clientes. Como somos o elo entre as duas pontas, nosso dever é fazer tudo que está ao nosso alcance para que todos os lados saiam ganhando”, enfatizou Pedrinho.

A Distribuidora Santos tem atualmente em seu portfólio de produtos, cerca de 3 mil itens e esperamos ampliar, ainda mais, o nosso portfólio”. Entre as indústrias que são atendidas pela Distribuidora Santos estão marcas consagradas no mercado e de grande visibilidade no setor atacadista-distribuidor. Entre elas estão renomadas empresas de alimentos, bebidas, higiene e limpeza, como a Neilar Alimentos, Pitú, Qboa (Anhembi), Ipê, Vitamilho (ASA Indústria), La Violetera, M. Dias Branco, Bombril, Vinho Quinta do Morgado, da Fante, etc., Pedrinho enfatizou que se deve a pontualidade e seriedade com que a distribuidora trabalha todos esses anos no mercado baiano com fornecedores e clientes.

A pontualidade é algo que a distribuidora preza bastante, segundo ressalta Santos. “A nossa filosofia é de

pontualidade nos nossos pagamentos e no cumprimento de prazos, além de procurar atender da melhor forma possível a todos”. Sobre a logística empregada pela distribuidora, Santos disse: “Preservamos nossa logística de entrega, sempre primando para que tudo esteja dentro da pontualidade e a nossa parceria com os clientes é algo que conquistamos e continuaremos com esse foco”.

A Distribuidora Santos, atualmente, trabalha com 35 representantes comerciais e atua num raio de 500 km, a partir de Feira de Santana, dispondo de uma frota própria de 30 caminhões que fazem a logística da empresa. Entretanto, quando há necessidade para a entrega dos produtos, outros veículos são terceirizados. Confiante com as perspectivas econômicas do próximo ano Pedrinho diz: “Para 2020, o número de representantes passará para 40 e o raio de abrangência também aumentará, além de buscarmos novos fornecedores”, finaliza Pedrinho Santos.



## Distribuidora Santos e Neilar Alimentos, uma parceria duradoura e de muito êxito

A Distribuidora Santos e a Neilar Alimentos há mais de 20 anos trabalham juntas aqui na Bahia com o objetivo de atender bem ao mercado baiano. Essa parceria é duradoura e exitosa porque as duas partes comungam de sólidos princípios, como ética, transparência, honestidade, fé, e respeito aos clientes e consumidores.

A Neilar iniciou a sua trajetória em 1989, a partir da união dos sonhos de seus fundadores, Aneilton e Inês Faria, que uniram as suas habilidades para formar uma empresa do ramo alimentar, que hoje se consagra como uma das mais bem-sucedidas na sua área de atuação.

O sucesso não teria sido alcançado se eles não tivessem como pilares, a fé, a perseverança e a experiência no manuseio e fabrico de produtos alimentares. Hoje, contamos com mais de vinte produtos diferentes, que vão de temperos a sucos,

gelatinas e achocolatados.

Para fabricar seus produtos, a Neilar conta com os mais modernos equipamentos, nutricionistas e químicos competentes. Lá na empresa, eles trabalham de colocar na mesa dos brasileiros produtos de primeira linha, com o toque de sabor familiar tão típico da história Neilar.

Já a Distribuidora Santos, nasceu em 1993, a partir da união de Pedrinho com mais quatro irmãos, Jadilson, Joilson e Edinoel. O tino pelo comércio, eles herdaram do pai Pedro Araújo Santos e da mãe, Idalice Santos, que continuam orientando os filhos. Além dos irmãos que fundaram a Distribuidora Santos, Pedrinho conta ainda na empresa com as irmãs Janeclide e Delma Irani. A empresa tem sede própria na Avenida Eduardo Fróes, no bairro de Campo Limpo.



Heraldo, Missinho e Bredo comandam a Salvador News e a Salvador Embalagens

## Salvador News e Salvador Embalagens estão unidas para melhor servir ao mercado da Bahia

A união entre a Salvador News e a Salvador Embalagens é fundamental para atender bem ao mercado baiano no que tange aos produtos de bomboniere, candies, chocolates e doces no geral, no caso da primeira; e embalagens e artigos de festas, no caso da segunda. As duas empresas funcionam em complexo de galpões no bairro de Campinas de Pirajá, em Salvador, e têm como pontos fortes, variedades de produtos, dos mais importantes fornecedores brasileiros dos seus segmentos de atuação, agilidade de entrega e assessoria no ponto de venda. Por isso, respaldadas na experiência de 30 anos de seus dirigentes neste mercado, as duas empresas podem atender com eficiência qualquer demanda de seus clientes, como, por exemplo, montar uma loja de bomboniere e artigos para festa, na sua totalidade. Confirmam!



## HERALDO E BREDO

# “São 30 anos de muita união, dedicação, parceria e trabalho”

Se manter no segmento de doces durante quase 30 anos tem que ter muita dedicação e trabalho. É o que não faltam aos empresários Ednilson Alves, conhecido no segmento de doces por Bredo, e o sergipano Heraldo Batista da Cruz, da Salvador News Distribuidora de Alimentos, localizada em Campinas de Pirajá. Eles começaram no segmento de candies com pequenas lojas no final da década de 80, na Feira de São Joaquim, em Salvador, e tempos depois, em 2007, firmaram parceria, que se sustenta até hoje com muito trabalho,

dedicação e humildade.

Os empresários contam que trabalhando na Feira de São Joaquim perceberam que o nicho de mercado de bomboniere era muito forte. “Percebendo a grande procura das pessoas em adquirirem esses produtos, veio o nosso interesse em entrar para esse segmento. Ou seja, com a nossa expertise, logo na primeira oportunidade, resolvemos nos unir e entrar para o mercado de candies”, informam eles.

O empresário Heraldo Batista conta que nunca imaginou trabalhar com candies, mas



Amplas instalações armazenam os produtos

surgiu a oportunidade e ele a agarrou. Foi no Mercado de São Joaquim que Batista conheceu Bredo, se uniram e firmaram amizade e parceria. “Depois de algum tempo, percebendo a competitividade do mercado e sua variação econômica em picos elevados e baixos, achamos por melhor firmar uma parceria para nos fortalecer e desenvolver um melhor serviço no segmento. Bredo com sua grande expertise no segmento, somando com o pouco de conhecimento que tinha na época”, explica Heraldo.

“Essa nossa amizade e a soma do conhecimento de cada um no segmento de doces e seus derivados, foram fatores primordiais para unirmos forças e, em 2007, inauguramos a Salvador News Distribuidora de Alimentos”, complementa ele.

Sobre o mercado de candies, Bredo falou que o segmento hoje está bastante competitivo devido à globalização e ao avanço tecnológico. “Antigamente, a Feira de São Joaquim, era o Centro Comercial, onde os nossos clientes de Salvador e do interior se abasteciam. Hoje,

ficou competitivo com a entrada dos Cash & Cary em quase todos os bairros. Mas, devido ao nosso trabalho de distribuição de excelência, conseguimos variedades de grandes marcas dentro do nosso portfólio e competir com melhores condições”, garante Bredo.

Ele explicou ainda que a Salvador News, atualmente, possui 90% dos produtos de bomboniere. “Aqueles que querem montar a sua loja podem contar com o nosso serviço, pois abastecemos todo o seu estabelecimento. Esse é o nosso diferencial”, diz. Heraldo arremata: “Além do mais, nossos clientes usufruem de nossa experiência de 30 anos de mercado, pois sabemos, exatamente, das suas necessidades e vendemos, somente, aqueles produtos que vão ter saída. Nossa preocupação não é só vender, mas ajudar aos nossos clientes vender bem e com preços competitivos e apoio no ponto de venda. Esse cuidado e atenção, aliados com uma boa logística, são fatores que nos fazem ser referência neste segmento de mercado na Bahia”, finaliza.



## A Salvador News atende 4.500 clientes e tem tudo para montar uma loja de bomboniere

Empregando 70 pessoas celetistas e 35 representantes, com uma carteira de 4.500 clientes em todo o Estado da Bahia e com uma frota de 20 caminhões próprios, a Salvador News tem na logística um dos seus pontos fortes, conforme assegura Bredo. "Entregamos na capital em até 48 horas. Aprendemos a trabalhar assim e os clientes que compram conosco ficam satisfeitos porque recebem seus pedidos rapidamente", frisou Bredo.

Analisando 2019, ele diz que foi um ano de muitas dificuldades e desafios, "mas conseguimos chegar às metas que planejamos. Agora, a nossa expectativa está voltada para 2020. Acreditamos que cresceremos ainda mais no segmento", enfatizou.

Sobre a relação com os fornecedores, Bredo foi contundente: "Nossa relação com os fornecedores são as melhores possíveis. Procuramos sempre honrar nossos compromissos e fazemos negociações que são cabíveis e eles entendem que temos que firmar negócios com cautela porque realmente o mercado não está fácil. Fechamos negócios que estejam dentro das condições satisfatórias da empresa.

Sempre procuramos, desde que entramos neste segmento, trabalhar com coerência dentro da realidade do mercado".

Existe uma grande preocupação da Salvador News em alertar seus clientes no momento das compras. Segundo Batista, a distribuidora tem profissionais para atender a cada situação do cliente. "Se o cliente está começando, orientamos vender o básico, que gire para não desmotivá-lo. Se vendemos a um cliente uma compra sem critérios e esse produto não gira, passa para ele que aquele produto não é bom. Por isso, orientamos nossos profissionais para ter cautela, porque, na verdade, ele é um consultor".

Sobre a volatilidade das vendas neste segmento, Batista disse que cada região tem a sua particularidade. "Tem produtos que vendem bem em Salvador mas no Oeste ou no Sul não. Como tem também produtos que somente vendem naquelas localidades. Trabalhamos com esse foco: comprando produtos, pensando em cada região".

No que se refere à fidelização dos clientes, Batista respondeu que é devido à Salvador News manter um estoque regulador razoável. "Dentro

de Salvador, o cliente não precisa fazer estoques grandes porque entregamos em 48 horas. Hoje, o cliente compra a necessidade da semana. Ou seja, ele não precisa fazer estoque", disse, acrescentando: "O nosso cliente é a extensão do nosso negócio. Nós estamos com essa linha de pensamento e isso vem dando muito certo. O vendedor hoje que não tem o critério de vender certo, não quer o pós-venda". Bredo completa o raciocínio, lembrando que a clientela da Salvador News tem baixa ruptura em seus estoques, devido à pontualidade, a agilidade na entrega e ao profissionalismo da sua equipe de venda, que está sempre atenta. "A nossa ruptura durante o mês não chega a 5%".

Os empresários deixam uma mensagem de fim de ano aos leitores da Super Revista. "A Salvador News está sempre presente para atender bem aos seus clientes. Espero que 2020, seja um ano próspero e que vá mudar a

história de dificuldades que o mercado em geral passou nestes últimos anos", disse Batista. E, Bredo, acrescenta: "Espero que 2020 seja um ano muito bom e que o governo tome atitudes corretas para que possamos sair das dificuldades com uma taxa menor de desemprego e um aquecimento nas vendas para que possamos evoluir cada vez mais. Desejo, também, que os pequenos e microempresários possam chegar a seus objetivos e realizem seus sonhos".

A família é o grande suporte na vida dos dois empresários: Bredo é casado com a também empresária do ramo de doces, Nádia Souza, e tem três filhos: o empresário Edinilson Filho, o Missinho, Cíntia Verena e Edinilton Alves. E, Heraldo Batista da Cruz, é casado com Vanessa Cruz e tem quatro filhos: Erasmo, Samuel, Gabriel e Davi Cruz.



# SALVADOR EMBALAGENS

## Jovem empreendedor segue passos dos pais

À frente da Distribuidora Salvador Embalagens, Edinilson Alves Filho, Missinho, filho do casal de empresários do ramo de Candies, Bredo e Nádia Souza, disse o porquê escolheu trilhar o mesmo caminho dos seus pais no setor varejista, porém, com a visão para o segmento de artigos de festas e embalagens.

Conhecido por todos pelo apelido de Missinho, o jovem empreendedor de apenas 28 anos, falou da sua paixão em trabalhar como empresário do setor de varejo. "Comecei a acompanhar o trabalho de meu pai desde cedo lá na Feira de São Joaquim. É uma paixão que vem desde pequeno. Fui crescendo e, por volta dos 17 anos, comecei a colocar a mão na massa. Por um tempo trabalhei com a minha mãe no Atacadão dos Doces para aprender sobre logística e como funcionava tudo. Após esse tempo no Atacadão, fiz uma empreitada sozinho e abri uma lojinha de artigos de festas, mas durou pouco tempo, porque resolvi entrar em um projeto novo, a convite do meu pai: gerenciar a Salvador Embalagens. Resolvi encarar esse desafio. Nada como aprender com meu pai e seu Heraldo Batista, que têm anos de experiência e excelência no que faz".

Sobre o desafio de trabalhar com segmento de embalagens, Missinho disse: "É um grande desafio. A empresa tem apenas um ano. Existe, é claro, algumas dificuldades neste processo de aprendizagem por trabalhar com um negócio que nem meu pai



Missinho com Heraldo



Missinho com seu pai Bredo

nem o Heraldo têm total conhecimento. Encontrei algumas barreiras, mas sempre que posso recorro a eles, que têm uma excelente visão do mercado varejista. Assim, vamos trabalhando em busca de laborar com excelência".

Um dos sonhos do jovem empreendedor é tornar a distribuidora fortalecida e com a solidez da Salvador News. "Meu objetivo é um dia conseguir ter a atuação e desempenho no mercado que a Salvador News possui hoje".

Missinho disse ainda que um fator primordial do empreendedor é o poder de se reinventar. "Com certeza, trouxe para a empresa de embalagens o que aprendi no mundo dos doces. Mas é um mundo totalmente diferente. É uma coisa nova. Portanto, temos que reaprender e reinventar o modo de pensar também".

Sobre a logística de produtos, Missinho ressaltou que acompanha a operação da Salvador Embalagens que faz um trabalho de excelência neste tipo de operação.

O jovem empreendedor disse que oferece aos clientes uma diversidade de produtos e agilidade na entrega. "Estamos com um portfólio bem amplo e, assim, nossos clientes, têm a possibilidade de comprar tudo que precisam em um só lugar. Temos muitas opções e utilizamos uma excelente logística", se orgulha Missinho.



A compradora Regina Conrado entre Missinho e Bredo

# DISTRIBUI AS MELHORES MARCAS



(71) 2101-2410  
salvadornewslda@gmail.com



**NATALINOS SEARA.**

A LINHA MAIS COMPLETA PARA DAR UM SABOR ESPECIAL ÀS RECEITAS DE FIM DE ANO.

A CEIA DE NATAL AINDA É UMA GRANDE CONFRATERNIZAÇÃO:  
**CERCA DE 69%**  
DAS FAMÍLIAS CONSOMEM  
AVES NA CEIA DE NATAL!\*





## FAZEMOS O QUE HÁ DE MAIS MODERNO

### MISSÃO

Gerar valor aos negócios de nossos clientes, formar equipes inigualáveis, atuar de forma sustentável em nosso segmento.

### VISÃO

Sermos referência em promoções de vendas no varejo Nacional

### VALORES

Ética incondicional, transparência tributária, trabalhista e comercial junto aos clientes, fornecedores e colaboradores.

# ESCOLHA SER UM CLIENTE CONCEITO

#### O CLIENTE CONCEITO

- Agrega valor ao seu negócio tendo Sell Out com foco em vendas
- Melhor custo benefício do mercado.
- Possui consultoria completa para pré e pós vendas.

## PROMOTORES EXCLUSIVOS

E COMPARTILHADOS



TEMOS O MELHOR CUSTO BENEFICIL E A MELHOR FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES DO MERCADO.

SOMOS UMA EQUIPE DE PÓS-VENDAS, GARANTIMOS O CRESCIMENTO DE SHARE DO SEUS PRODUTOS COM UMA EQUIPE ALTAMENTE QUALIFICADA EM SELL OUT E CHÃO DE LOJA. CONTRATE NOSSOS SERVIÇOS!!

**EMPRESA MAIS  
LEMBRADA  
NO VAREJO**

-  REPOSIÇÃO
-  MERCHANDISING
-  PROMOÇÕES
-  EVENTOS

- Divulgamos seus produtos em todo cash and carry e médio varejo.
- Promotores exclusivos e compartilhados para abastecimentos e sell-out geral.
- Ações de degustação e abordagem para impulsionar consumo do produto.
- Precificação, layout, ações de trade, somos especialistas em divulgar seus produtos e serviços.



#### O CLIENTE CONCEITO

- Agrega valor ao seu negócio tendo Sell Out com foco em vendas
- Melhor custo benefício do mercado.
- Possui consultoria completa para pré e pós vendas.

Poucos alimentos  
juntam sonho,  
prazer e saúde  
como a pipoca.



PRODUTOS  
**Magrela**



Faça um teste e lembre o que você associa com este suave floco de milho: infância, amor, família, cinema, parque de diversões, carinho e fantasia.

Não é mesmo? Isso é um pouco do muito de prazeroso e saudável que a pipoca propicia ao seu corpo e à sua mente. Por saber disso, a Magrela produz emoções como estas, com a sua pipoca, desde que nasceu, em 2007, na Bahia. Sempre com um forte compromisso com a qualidade e com a pureza de nossos produtos.

Além do respeito à biodiversidade e sustentabilidade. Esses compromissos refletem a profunda fidelidade e dedicação que temos aos nossos clientes, a começar por você.

É por querer sempre oferecer mais e melhor, que aproveitamos nossa experiência de sucesso com a pipoca, para lançar também uma gama de novos produtos, como, por exemplo, uma deliciosa Castanha de Caju Crocante, a pipoca Fit produzida com óleo de coco, a Pipoca Pasta de Amendoim em embalagem de 70g, rica em proteínas, uma novidade no mercado, que é a nossa Pipoca Aperitiva Umami, leve e saborosa, como toda a família de produtos Magrela, além dos mais novos lançamentos, as Pastas de Amendoim, cremosa e crocante, totalmente integral, zero adição de açúcar, sem glúten e conservantes, expandindo ainda mais, os Princípios da Indústria Magrela: Qualidade, Praticidade e Saudabilidade!



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

TELEMARKETING: (71) 3362-0437

Contato: 3362 6445

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



# Cultura da Inovação

O que as empresas precisam fazer para não ficar para trás neste mercado cada vez mais competitivo

Recorremos à Totvs e aos seus especialistas para explicar como exatamente surgiu o conceito, qual é o seu papel nos negócios, de que forma a gestão impulsiona o desenvolvimento e como é possível aplicar essa estratégia na sua empresa. Traçam, também, um novo cenário sobre como realizar uma gestão inovadora e competitiva. As dicas que serão mostradas aqui servem para qualquer empresa e, portanto, cabem, também, para o setor supermercadista.

Inovar se tornou definitivamente uma questão essencial para qualquer empresa que deseja ter uma atuação de sucesso no mercado. Em tempos de uma forte concorrência e a necessidade de criar diferenciais para conquistar os clientes, esse processo ganhou ainda mais relevância.

No entanto, é comum se deparar também com alguns desafios para implementar a gestão da inovação. Afinal, isso é realmente necessário? Sem dúvida alguma. Ainda assim, há diferenças importantes entre simplesmente fomentar a inovação e submetê-la a um processo de gestão.

# Inovação e desenvolvimento nos negócios

Desde a primeira revolução industrial, o mercado é marcado por momentos de disrupção, geralmente capitaneados por um nome, uma empresa. Produtos de qualidade? Sim. Bons líderes? Também. Profissionais capacitados? Sem dúvida. Entretanto, performance e controle sozinhos não são suficientes para promover uma quebra de paradigma — a inovação sim.

No início do Século XX, por exemplo, a General Electric (fundada por Thomas Edison, o inventor da lâmpada elétrica) revolucionou a indústria ao estabelecer os primeiros laboratórios de pesquisa do setor. Em seguida, a DuPont se tornou pioneira do mercado de capitais ao adotar cálculos

de retorno sobre investimentos. A Procter & Gamble, por sua vez, nos apresentou os primeiros bens de consumo embalados.

A lista se estende por mais de cem anos, passando pela automação computadorizada até chegar à transformação digital. Entretanto, o número de empresas também se multiplicou, gerando um ambiente de criação mais rápida e grande densidade de produtos e serviços.

Assim, a gestão da inovação surge como um processo de sistematização do uso estratégico do desenvolvimento de produtos, serviços e ideias. Nesse sentido, o conceito envolve gerenciar práticas, métodos, ferramentas ou, até mesmo, um departamento inteiro.

## O papel da gestão da inovação

Tratar a inovação como parte da estratégia de negócios significa adotá-la como mecanismo capaz de criar valor para a empresa. Isso exige dos gestores a capacidade de identificar oportunidades e modificar o modo de trabalhar da organização para que ela seja capaz de conquistar resultados cada vez melhores.

Para sustentar essa prática, um dos pilares da gestão da inovação é o uso de uma solução digital para processar e aplicar as ideias desenvolvidas, seja coletando dados do sistema de gestão (ERP) ou CRM, seja de outros meios. Vale destacar que algumas mudanças significativas devem ocorrer na dinâmica interna da empresa, a começar pelo mindset dos colaboradores.

Colocar uma ideia disruptiva em prática é uma coisa. Sistematizar a inovação como instrumento de geração de valor é outra, e isso exige uma cultura inovadora. Grosso modo, os profissionais devem entender os objetivos a serem alcançados e os meios para fazer isso. Para entender os detalhes dessa nova dinâmica, veja a seguir algumas das práticas adotadas por uma gestão da inovação em plena execução:

São apenas alguns exemplos de formas de trabalhar que dependem de uma gestão eficiente dos recursos à disposição e do fomento à cultura inovadora. As práticas podem ir além, de acordo com as demandas e características de cada

- mapeamento de oportunidades e ameaças;
- reformulação e revisão de processos visando a redução do retrabalho ou otimização da atividade;
- incentivo à criatividade;
- capacitação constante;
- coordenação e controle de atividades;
- análise e otimização do uso de recursos (humanos e tecnológicos);
- construção e fortalecimento de relações (internas e externas à empresa); e
- identificação e desenvolvimento de talentos.

empresa.

Vale ressaltar, entretanto, que é fundamental contar com uma ferramenta, como um bom ERP, para gerenciar essas atividades de forma a mantê-las alinhadas aos objetivos do negócio.

APRECIE COM MODERAÇÃO

QUINTA do MORGADO

EDIÇÃO ESPECIAL DE  
*Aniversário*  
Para celebrar com você!

CELEBRAÇÃO 50 Anos ANIVERSÁRIO

QUINTA do MORGADO  
VINHO DE MESA TINTO SUAVE  
SUAVE

Serra Gaúcha

• EDIÇÃO ESPECIAL •  
1970 - 2020

Oliveira Fante

## A inovação impulsiona o desenvolvimento

A gestão da inovação estabelece bases para um desenvolvimento submetido a um controle estratégico. Isso significa promover a criação e utilização de novos produtos e serviços sem abrir mão de planejamento e previsibilidade sobre os resultados. Afinal, inovar exige investimento. Investir, por sua vez, exige que os objetivos sejam analisados quanto à probabilidade de trazerem bons resultados.

O fato é que essa nova forma de trabalhar permite que as empresas se

aproximem de outros atores (fornecedores, clientes, parceiros estratégicos etc.) para alinhar seus objetivos e trabalhar de forma cooperativa. A inovação aberta é um bom exemplo disso: por meio da gestão da inovação, cada vez mais empresas atraem clientes e fornecedores para participar do desenvolvimento de ideias e produtos.

Conseqüentemente, a empresa se torna mais flexível, ágil e capaz de criar com base nas demandas e oportunidades do mercado.

## A gestão da inovação na prática: promovendo vantagens competitivas

O primeiro passo é fomentar uma estratégia de gestão que inclua o mapeamento de oportunidades e riscos em cada atividade. Isso deve ser feito tanto na estratégia de negócios (ou seja, no setor em que a empresa atua) quanto nos departamentos da empresa. No primeiro caso, o objetivo é coletar dados para gerar insights sobre possíveis novos produtos e serviços. No segundo, o escopo é o método de trabalho, que deve ser melhorado continuamente.

Além disso, é crucial não abrir mão da previsibilidade. Sempre que uma oportunidade é identificada, a ideia concebida deve ser alvo de uma análise de lucratividade. Afinal, submeter a inovação a um processo de gestão é exatamente fugir dos investimentos incertos, ou tiros no escuro. Boas ideias sem fortes garantias de retorno são problemáticas, pois podem comprometer financeiramente a empresa — ainda que nenhuma ideia deva ser simplesmente descartada.

Somado a isso, temos a gestão de equipes criativas. O cerne da ação disruptiva está na cultura inovadora de

uma organização. Nesse sentido, saber usar com inteligência os recursos à disposição não envolve simplesmente rever softwares e demais ferramentas: é preciso conhecer os profissionais, envolvê-los nas discussões estratégicas e colocá-los em atividades nas quais eles podem ter maior rendimento.

Por fim, vale destacar a importância de lideranças capazes de motivar as equipes. Afinal, por mais consciente que os colaboradores estejam em relação aos objetivos da empresa, é essencial que eles estejam engajados nas atividades — algo que começa pela valorização do trabalho individual e coletivo, por exemplo.

São mudanças significativas e desafiadoras, mas que podem ser enfrentadas com tranquilidade por organizações que acreditam na criatividade e no potencial das suas equipes. Se a gestão da inovação é uma tendência que veio para ficar, não há tempo a perder. Coloque a tecnologia para trabalhar a seu favor e adote essas práticas para melhorar a performance da sua empresa e conquistar mais espaço no mercado!

Condor 90 anos  
Toda cuidado para você e sua casa

Accesse o QR Code e assista ao nosso vídeo institucional.

**Aumentar suas vendas todo dia é a nossa tradição há 90 anos.**

Novas tecnologias mais atraentes  
Portfólio completo de produtos  
Alta giro e maior rentabilidade  
Trabalhe em várias mídias

Há 90 anos, a Condor combina cuidado com a vida e com a casa das pessoas.

- Tradição e liderança em vários segmentos de mercado
- Inovação e criatividade no desenvolvimento de novos produtos
- A escolha mais inteligente para quem compra e para quem quer vender mais

condor.ind.br SAC 0800-47 5767



## Como dar os primeiros passos para criar uma cultura de inovação

Em 2018, o Brasil atingiu a 64ª colocação no Índice Global de Inovação, subindo cinco posições em relação ao ano passado. Apesar de ainda estarem caminhando na implantação de novas tecnologias, os varejistas brasileiros já perceberam que o mercado e as expectativas dos clientes estão mudando com rapidez. Nesse cenário, quem não inova está perdendo oportunidades para a concorrência.

Para começar e manter esse processo na sua empresa, é importante que toda a sua equipe esteja alinhada e preparada não só para o uso de tecnologias, mas também para pensar em novas técnicas e processos que possam melhorar o dia a dia e a entrega final para o cliente. Mas você sabe como dar os primeiros passos para criar uma cultura da inovação?

O diretor executivo de Ofertas e Produtos de Varejo da Todiretvs, Elói Assis, deu algumas dicas para os gestores que precisam preparar os seus funcionários para essas mudanças.



Elói Assis é o diretor executivo de Ofertas e Produtos de Varejo da Todiretvs

## Não tenha medo de errar

A sua equipe deve estar ciente de que não existem respostas prontas do que dará certo ou errado no processo de inovação e de transformação digital: as empresas precisam realizar testes para saber quais são as soluções que funcionarão melhor na sua rotina. Muitas vezes, o aprendizado só virá depois de errar, mas isso não precisa ser tratado como um grande problema.

“O principal é aprender que errar pode ser bom. Nós temos uma cultura de não querer falhar, de que temos que ser perfeitos, mas quando falamos de inovação, é preciso lembrar que esse é um processo mais lento e difícil”, destaca Elói Prado de Assis.

É preciso apenas ficar atento para identificar se os erros são repetitivos em um mesmo processo, porque isso pode ser um sinônimo de falta de aprendizado. Contudo, se o problema trouxe novas soluções que permitem a evolução da sua empresa, lembre-se de que é válido, até mesmo, que a sua equipe celebre o ocorrido.

## Invista em pesquisa

O Massachusetts Institute of Technology (MIT) identificou que os investimentos no Brasil em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) ainda são realizados, em maior parte, pelo setor público. Se as empresas privadas não começarem a investir mais em novas pesquisas, dificilmente conseguirão atingir bons resultados em inovação.

“As pessoas estão muito focadas em desenvolver tecnologias, soluções e produtos, mas se esquecem da pesquisa. A busca por novos conhecimentos e o teste de hipóteses é o que efetivamente permite que as inovações cheguem ao mercado”, lembra o Diretor de Varejo da Totvs.

Uma pesquisa da PwC revela que a Amazon é uma das empresas que mais investiu em pesquisa e inovação durante o ano de 2017: foram US\$ 22,6 bilhões, sendo que esse valor é 40,6% maior do que no ano anterior. Essa é uma das razões de a organização subir muitas posições nos rankings de maiores varejistas do mundo, como o organizado pela Deloitte.

**Belas Marcas**  
Representações

MARATA  
AÇÚCAR PETRIGU Desde 1729  
CATAFESTA  
Vinhos e Espinhos

Tel.: (71) 3382-4196 - belasmarcasrepresentacoes@uol.com.br

**SONARTE**  
REPRESENTAÇÕES

CCGL  
Sarandi  
Flora

FIAT LUX  
Cristalcopo  
KIARROZ

(71) 2106-0060 | sonarterep@gmail.com

**URBANO**  
Como faz bem.

JJR

Tel: 71-3503-0607  
supervisao.jjr@gmail.com

**itambé**

**KARIS**  
REPRESENTAÇÕES

Tel: 71-3503-0606  
junior@karisrepresentacoes.com.br



### MIPLAN REPRESENTAÇÕES



Tel: (71) 98700 - 9908

**Fortuneto**  
REPRESENTAÇÕES

71 - 98726 - 6070  
fortunetto@terra.com.br

**tropicana**

Produtos Nacionais

Lot. Granjas Reunidas S/N - Ipitanga - Lauro de Freitas  
3378-0650 - fenixba@terra.com.br

## Estruture uma equipe diversa

Já existem alguns estudos, como o da McKinsey&Company, que destacam a importância da diversidade para o crescimento das organizações. Segundo o relatório da consultoria, as empresas com as equipes mais diversas obtiveram um retorno financeiro 35% maior do que o das suas principais concorrentes.

“A inovação se torna algo mais natural e corriqueiro quando ela parte da diversidade. A multiplicidade de ideias é fundamental, porque assim as pessoas se desafiam e questionam aquilo que parece estar no caminho errado”, completa Elói Assis.

## Desperte o senso de urgência

Com tantas transformações, é preciso despertar em todos os funcionários o senso de urgência e mostrar que a empresa pode ganhar mais relevância no mercado se estiver aberta às mudanças. “Por força da tecnologia, estamos vivendo um momento em que os ciclos de inovação acontecem muito mais rapidamente”, reforça Elói.

Organizações de fora do Brasil, como as asiáticas e americanas, estão conseguindo mais espaço por oferecerem produtos com maior qualidade para os consumidores. Parte do sucesso vem do investimento em modelos de negócios disruptivos e em inovações tecnológicas que auxiliam em todos os processos, desde sistemas de gestão para as atividades administrativas ou Internet das Coisas auxiliando o cliente a ter experiências diferentes dentro das lojas.



Qualidade e segurança.

VELAS  
RAIO  
FOGO

www.velasraiofogo.com.br  
Tel: (71) 3239-4492/71-98554-8460



CONGELADOS EM GERAL

MASTER  
FRIOS  
OLIVEIRA LEMOS

ENTREGA RÁPIDA: 71 3314-2520

CRANBERRY • SALSINA • AVENA • PEIXADOS • EMBRUTADOS

WWW.MASTERFRIOS.COM.BR

M  
MFIGUEIREDO

Davao TeiU  
Discarte DU REI

comercial@mfvendas.com.br | 75 3623.1138

## Desenvolva as capacidades humanas

Quanto mais investimos em inovação, mais focamos nas capacidades humanas. É que os sistemas desenvolvidos têm automatizado os processos repetitivos e burocráticos, dando espaço para que a mão de obra humana possa se dedicar a atividades que envolvam a criatividade, o pensamento crítico e outras habilidades importantes ligadas aos valores e sentimentos.

O diretor de varejo da Totvs destaca que as empresas estão valorizando mais as pessoas pelo o que elas são, do que pelos processos burocráticos que elas conseguem desempenhar. Além disso, deixar as atividades repetitivas serem exercidas pelas ferramentas tecnológicas também é importante para que o varejista consiga focar no core business da empresa e na experiência do cliente — que são elementos essenciais para ter uma organização mais duradoura.

“Se você está no centro da inovação, é esperada uma atitude mais ligada aos valores humanos. Isso é importante para a empresa, que se torna mais relevante, e também para o funcionário, que se torna mais feliz, ativo, engajado e desafiado pelas novidades”, completa.

## Permita a experimentação na prática

A realização de treinamentos, bate-papos sobre inovação e visitas externas para conhecer a aplicação de novas tecnologias são algumas atividades básicas a serem realizadas. Mas é preciso que os gestores permitam que os seus funcionários já utilizem, na prática, algumas ferramentas como os sistemas ERP, para verem como elas podem aumentar a produtividade.

“Os líderes também precisam colocar nas suas rotinas as novas tecnologias. Uma das melhores iniciativas é a liderança pelo exemplo, para que todos vejam que as propostas de inovação são válidas e possam embarcar nessa jornada”, enfatiza Elói Assis.

A gestão ágil e a experimentação devem ser valorizadas, deixando à disposição dos seus funcionários alguns espaços de user experience e laboratórios voltados para o aprendizado e a descoberta, incentivando a inovação baseada na resolução de problemas reais — que é a chave para trazer melhorias para o seu negócio.

Agora que você já conhece alguns passos importantes para criar uma cultura da inovação na sua organização, continue no nosso blog e entenda como o Big Data pode ser vantajoso para a sua empresa!

m&a

Italianinho

FALZANO

Bello

EDEM

Tels: (71) 3240-4048 - (71) 99621.1131 / 99296.2625  
vendas@marepresentacoes.com.br

LUZ DÍVINA

GB GUANABARA

(71)3392.3811  
comercialguanabara.bahia@hotmail.com

DISALLI ALIMENTOS

aurora BUNGE DANONE

Gelcampo Bonny Quilja Reles Millano

DelMarre FAMIGLIA ZANLORENZI ISRAMBIS FARMER FRIENDS

molino Robinson Crusoe

disalli@disalli.com.br - (71) 3311-0770

PALUMBO & CÂMARA REPRESENTAÇÕES COMERCIAIS LTDA.

Cepera santa cruz Polly CONFEPAH

Cristal Higie Topp Cia Canoinhas

Tel 71 3450-3754  
palumbopres@uol.com.br

M MARCA

Eder

Mauricio Viriato (71)99921.0009  
mauricioviriato.marca@gmail.com

## Boas estratégias podem melhorar resultados no Natal



**ROGÉRIO MACHADO**

Diretor da Agillys Consultores & Associados, consultor, palestrante, professor de pós-graduação na FGV e Unijorge

Cada ano que passa o que mais se ouve de supermercadistas é que o natal já não tem o mesmo apelo de vendas de outros tempos. Alguns até dizem que é um mês ruim porque as despesas aumentam. Desculpem, mas eu discordo.

Começando pelas despesas, o que ocorre é uma falta de planejamento. O que mais impacta nesse período são as despesas com pessoal, em especial o pagamento do 13º. Salário. Para isso não acontecer, o supermercadista deve dividir o 13º. Salário em 12 parcelas e separar o valor todos os meses. Se é difícil separar um valor mensal, imagine pagar os salários dobrados em dezembro.

As compras de natal se concentram na semana que antecede a festa, mas se você fizer boas promoções, isso pode mudar. As lojas trabalham com preços normais até o natal e deduzem seus preços com promoções na semana de compra dos clientes. Embora a compra aconteça em um período curto, o cliente começa as pesquisas já em novembro e toma a decisão onde comprar antes de ter o dinheiro. Quando recebe, vai direto para a loja que escolheu. Faça promoções com produtos natalinos já em novembro, melhore seu bazar, pense na composição de uma mesa de natal na sua região, de acordo com a cultura local. Lembrando que o natal é um período mágico em que todos querem e proporcionam o melhor possível. Revise seu mix de produtos e veja se estão de acordo com as

expectativas dos clientes. Mas nem só de produtos vive uma loja, é preciso também avaliar o nível de atendimento de sua equipe. Não podemos oferecer tristeza em um momento de alegria universal. A equipe precisa ter a consciência de quem serve quem. Criar na loja um clima de natal com enfeites, músicas, produtos e principalmente, clima de natal. Coloque esses produtos sazonais nos pontos extras.

### Em cada seção você pode destacar os itens principais:

- Produtos de festa (papel toalha, alumínio, guardanapos, palitos de dente)
  - Bebidas (refrigerantes em embalagens maiores, espumantes, frisantes e filtrados, vinhos, sucos de uva)
  - Mercearia (lentilhas, farofas prontas, farinhas, enlatados, conservas, torradas, maioneses, temperos, sobremesas, leite condensado, creme leite)
  - Bazar (copos, taças, saca-rolhas, abridores, decoração de casa, toalhas de mesa, velas decorativas)
  - Açougue (suínos, aves, cortes de carnes especiais)
  - Padaria (pães especiais, panetones, tortas, salgados)
  - FLV (frutas especiais, frutas secas)
  - Limpeza (produtos de limpeza pesada, multiuso, ceras)
  - Congelados (carnes natalinas, sorvetes)
- Pense nisso e boas vendas!

**SEU OPERADOR LOGÍSTICO NA BAHIA PARA CARGAS SECAS, REFRIGERADAS E CONGELADAS!**

Soluções logísticas integradas com comprometimento nos resultados, custos competitivos e excelente padrão de qualidade no serviço. Entre em contato agora mesmo e conheça os nossos serviços de **Cross Docking**, **Armazenagem**, **Administração de Filial**, **Paletização**, **Atendimento ao Varejo**, dentre outros.

COMPROMETIMENTO COM RESULTADOS | DINÂMICA NA CONSOLIDAÇÃO DE CARGAS PARA DIVERSAS ROTAS | OPERAÇÃO FOCADA NA ARMAZENAGEM E DISTRIBUIÇÃO | OPERAÇÃO 24H DE SEGUNDA A SÁBADO

Alguns de nossos clientes:

Via de Penetração II, n.938 – Cia Sul - Simões Filho – BA – CEP 43.700-000  
 contato@australlogistica.com.br - www.australlogistica.com.br Tel. (71) 2109.7388

**Austral**  
LOGÍSTICA INTEGRADA



# Total Atacado comemora

A loja da Vila Laura completou um ano de inaugurada

A loja Total Atacado, de Vila Laura, comemorou um ano desde a sua inauguração com a presença de fornecedores e clientes que compareceram para parabenizar o empresário e proprietário do Total Atacado, Vando Souza, e família, em setembro último.

Souza falou com a Super Revista sobre a felicidade de comemorar um ano da loja Vila Laura e observar o trabalho de dedicação de todos que fazem o Total Atacado. "Sinto-me muito feliz que depois de um ano consegui colaborar gerando emprego e atingir a nossa clientela, fazer com que nossos clientes também sintam-se satisfeitos com o nosso atendimento e esperando cada dia evoluir muito mais ainda".

Sobre a entrada das grandes redes no

mercado baiano, Souza disse que vê com preocupação. "Acho muito complicado. As grandes redes vêm imprensando demais os pequenos e médios empresários que estão num momento muito difícil. Acredito que o poder público poderia dar uma atenção melhor a essa situação. Sou totalmente contrário às lojas de Cash & Carry em bairros. Acho que deveriam ocupar as ruas principais da cidade. Mas quando entram nos bairros afetam muito o comércio local", ressaltou, acrescentando que: "Na minha concepção, os grandes players não geram empregos e, sim, desempregam, porque conseguem fazer um faturamento muito grande por funcionário/loja, o que o pequeno não consegue. O poder público tem que tomar uma atitude, senão acabaremos sem o mercado local".

Sobre o setor supermercadista, Souza disse: "O gênero alimentício está sempre evoluindo. Estamos inaugurando em janeiro de 2020 uma nova loja em Águas Claras. Vai ser a loja de bairro de 800 m<sup>2</sup>, onde nossos vizinhos serão nossos parceiros".

"O nosso diferencial, em primeiro lugar, é o atendimento. Temos uma equipe de colaboradores que dão bom dia, agradecem e estão preparados para atender os nossos clientes. Também estamos competitivos no mercado porque nosso cliente precisa comprar bem para que ele fique no seu ponto de venda competitivo", resalta.

O diretor do Total Atacado, Clisman Souza, falou da importância da rede para o pequeno comerciante. "Só tenho a agradecer a Deus e vale a pena a correria do dia a dia para dar um bom atendimento à clientela. Somos um atacado exclusivo para o comerciante em Salvador e buscamos sempre atendê-los da melhor forma".

Clisman falou da importância de saber o que o cliente precisa e trabalhar com afinco em época de crise. "Mesmo com toda crise que estamos vivendo, temos mais de 3.500 clientes cadastrados no CNPJ. E, apesar de toda dificuldade, estamos crescendo e expandindo o nosso negócio e já abrindo uma nova loja no próximo ano".

De acordo com Mayara Souza, gerente de trade marketing do Total Atacado, o grupo está muito satisfeito, e se reinaugurar é uma necessidade do mercado, "já que não podemos nos acomodar e neste primeiro ano crescemos muito e percebemos que o cenário está cada vez melhor e os nossos clientes são muito fiéis, entendem que trabalhamos com bom atendimento e preços justos o tempo todo".

O Total Atacado chegou como um diferencial dentro do setor de atacado. "Sempre tivemos o objetivo de alcançar um nível maior das pessoas que não tinham a formalização, o registro do CNPJ, mas sempre visando os transformadores, autônomos e ambulantes".



Na foto acima: Vando Souza e o seu filho Clisman Souza com Mayara Souza, gerente de marketing



O momento foi de comemoração e Vando Souza recepcionou fornecedores parceiros nas acomodações modernas do Total Atacado, que além de checkouts conta com salas especializadas para vendas diretas e área de tele vendas

MULTIUSO  
**ROSAS &  
 SEDUÇÃO**

ENTRE LIMPEZA E PERFUME  
 ESCOLHA OS DOIS



- [uaulimpeza.com.br](http://uaulimpeza.com.br)
- [fb.com/uaulingeza](https://fb.com/uaulingeza)
- [instagram.com/uaulingeza](https://instagram.com/uaulingeza)





## Perini Vasco da Gama

O Cencosud promoveu uma reforma geral na loja

A Perini reinaugurou a loja da Avenida Vasco da Gama com novidades para os clientes no final de outubro. A loja de 1.242 metros quadrados, ganhou nova comunicação visual, pintura, iluminação, novos balcões e mobiliário com foco nas seções de padaria, adega e horti. Para celebrar a ocasião, foram realizadas diversas ações de degustação, happy hour e música ao vivo.

De acordo com o diretor de Operações da Perini, Frederico Pereira, a Perini resgata o que o baiano mais gosta: um atendimento de qualidade e produtos superdiferenciados. "É uma Perini que o baiano sempre amou e é isso que tentamos resgatar".

Pereira ressaltou que as melhorias realizadas têm como foco a experiência em loja, tornando-as mais agradáveis e confortáveis. "A adega da Master foi transferida para a frente de loja, dando mais destaque aos mais de 1.300 rótulos. Também estamos revisando nosso mix

para ampliar a variedade de marcas e produtos que o cliente só encontra na Perini", afirma.

Celso Herrera, diretor geral do grupo Cencosud G Barbosa e Perini, falou com a Super Revista que o foco do Grupo Cencosud G Barbosa e da Perini é focar no cliente. "Esse ano estamos trabalhando muito olhando para o cliente. Implantamos três grandes frentes: A primeira, é o cliente oculto. Estamos escutando mais o cliente. A segunda frente, um programa IBS: a nossa equipe ouve o cliente no dia a dia na operação das lojas. E paralelo a isso, implantamos o Segue M: para conhecer mais o cliente e traduzir nos pontos de vendas das lojas".

Sobre a atualização da loja, Herrera disse que agradece muito a todos os clientes que colaboraram pela nova visualização e estrutura da loja, que tem a praticidade e agilidade que eles mesmos apontaram. "Estamos arrumando e dando harmonização na loja, conforme o que

os clientes pedem. Então, o nosso foco é trabalhar e inovar e traduzir tudo que eles desejam".

**Renovação das lojas** - Conforme, Celso Herrera, a proposta agora é atualizar e modernizar as nossas lojas para atender melhor os clientes, ouvindo-os em primeiro lugar, para poder oferecer comodidade e agilidade com a qualidade Perini, disse Celso Herrera.

Quem já passou por essa modernização foram as lojas de Ilhéus, a loja Modelo Costa Azul, Perini Paralela e agora a da Vasco da Gama. Segundo Herrera, nos próximos cinco anos, mais lojas que fazem parte do projeto, passarão por essa reformulação.

Com relação à expansão do Cash & Carry, Herrera ressaltou que o Cencosud já tem o Mercantil aqui no Nordeste e vamos continuar acelerando esse negócio. "Costumamos dizer que o varejo tem espaço para todos. Temos espaço para o G Barbosa, no modelo supermercados e hipermercado. Na Perini, com uma loja diferenciada, trazendo importação e inovação e, no Cash & Carry, que é um momento do polo abastecedor, onde estamos investindo no Mercantil. Portanto, vamos continuar investindo nestas três frentes que tem clientes para todos. Acreditamos que o mais importante é crescer e promover mais empregos e evoluir o Nordeste. O Cencosud vem trabalhando e investindo na região e, agora, é o momento da virada e do Cencosud buscar mais espaço no Nordeste".

Herrera adiantou que está inovando no final de ano com a Perini sai de férias com você. "Uma loja itinerante em Guarajuba, para atender esse cliente da região. A Perini de férias junto com os clientes".

Com mais de 12 mil itens nacionais, importados e fabricação própria, o público pode aproveitar a promoção Leve 6, Pague 5, válida para vinhos e espumantes, 20% de desconto no horti de sexta a segunda, além de descontos e ofertas especiais em diversos itens para clientes Clube Perini.

Essa é a segunda unidade da Perini reinaugurada. A primeira foi a do Shopping Paralela, em setembro, tendo outras previstas até o final de 2019, ano em que a rede baiana comemora 55 anos de mercado.



Na foto acima: Frederico Pereira e Celso Herrera; e abaixo, Frederico ao lado de fornecedores.



**Alpino**  
PAPEL HIGIÊNICO

O papel que  
é uma fofura.



Fornecedores parceiros estiveram presentes na noite de reinauguração da loja Perini Vasco da Gama, que ganhou na comunicação visual. Destaque para a adega Master com seus mais de 1.300 rótulos.

ONDUNORTE



# Cesta do Povo do Ogunjá

Loja Ogunjá inaugura uma nova era da marca na Bahia

A loja da Cesta do Povo do Ogunjá foi inaugurada em outubro passado e contou com a presença do governador do Estado, Rui Costa. A reforma do piso ao teto teve investimento em torno de R\$ 10 milhões. As principais mudanças começam pela nova fachada, pintura e comunicação visual mais sofisticada, passando pelas instalações elétricas e hidráulicas, climatização, iluminação de LED, sistema de segurança e novo mobiliário de supermercados de última geração.

De acordo com o sócio-diretor da Rede Cesta do Povo e presidente da Abase, Joel Feldman, a loja vem completamente renovada para atender seus clientes com mais conforto e comodidade. "A abertura da nova loja Cesta do Povo do Ogunjá inaugura uma nova era da marca na Bahia. A unidade está preparada para competir com os melhores supermercados de alto padrão, aliando modernidade ao alto nível de serviços e sem perder o DNA de preço baixo, que sempre foi a principal característica da Cesta do Povo".

O governador da Bahia falou da importância para a sociedade baiana a

reabertura da Rede Cesta do Povo. "Para nós é uma alegria enorme, porque não é fácil tomar a decisão de fazer a virada da Cesta do Povo em transformar de uma loja estatal para iniciativa privada. Então, é com muita alegria, essa é a loja 41 já reaberta e o projeto de seguir em frente abrindo outras lojas, e que a loja da Sete Portas, a ser inaugurada, será a mais moderna da Bahia. Hoje, 1500 pessoas, a exemplo de jovens com o primeiro emprego, vendendo produtos da agricultura familiar, e espero que eles mantenham a marca original que é preço baixo e, portanto, lojas cheias para todo o povo da Bahia".

Segundo Rui Costa, os gastos provenientes quando da Estatal, hoje não existem mais e o retorno veio com uma receita de ICMS e na geração de emprego. "O nosso foco é gerar emprego e do jeito que a Cesta do Povo estava era custo para a sociedade em torno de R\$ 60 milhões aos cofres públicos no ano e gerando menos empregos. Agora não. Não custa nada aos cofres públicos, ao contrário, ainda entra uma receita de ICMS gerando já 1500 empregos e 41 lojas abertas e espero logo possamos comemorar, ao invés de 41



lojas, 50 ou 80 lojas abertas e de 3 a 4 mil empregos gerados".

O governador enfatizou ainda sobre o poder da marca Cesta do Povo no imaginário da população baiana. "A marca Cesta do Povo é muito forte. Eu sempre disse a todos que me procuravam antes da venda de quem comprasse não iria se arrepender, porque no imaginário popular ela é muito forte como uma marca de referência de preços baixos e que em nossa negociação fizemos com que a loja além de garantir preços baixos pudesse incorporar dezenas de produtos da agricultura familiar e com isso vamos dando capilaridade à renda dos baianos".

Segundo Feldman, a loja do Ogunjá foi a primeira unidade da Cesta do Povo e ficou caracterizada por ser a loja com o maior volume de vendas. Ele ainda explica que a

expectativa é de que no prazo de 24 meses, 100 lojas estejam abertas em todo o estado. A unidade da Cesta do Povo no bairro da Sete Portas deve ser inaugurada até o final do mês de janeiro e deve ser uma das mais modernas lojas do Brasil.

"Agora o consumidor vai ter a oportunidade de conhecer uma loja muito moderna e na qual encontrará tudo que existe em um mercado de ponta. É uma loja completa e supermoderna. É importante dizer que o DNA do preço baixo é marca da Cesta do Povo e que não iremos perder nunca. Temos uma capacidade de competir em preços que nos deixam posicionados com qualquer supermercado do Brasil".

Joel Feldman também pontua que foi assinado um protocolo de intenções entre a rede Cesta do Povo e a Secretaria de Desenvolvimento Rural do Estado (SDR)



À esquerda: Joel Feldman ao lado de sua mãe e a equipe da Cesta do Povo. À direita: o governador Rui Costa e a deputada Olívia Santana.



para que os produtos oriundos da agricultura familiar baiana sejam comercializados na rede de supermercados. "Aqui já temos produtos oriundos da agricultura familiar, a exemplo do iogurte de licuri e o abacaxi desidratado. A expectativa é que o mix de produtos seja ampliado", acrescenta.

#### Mix de mais de 1500 itens

Com dimensões de 1.500m<sup>2</sup>, a loja possui um mix de mais de 15.000 itens, com produtos de todos os setores: alimentos, higiene e limpeza, cosméticos, utilidades para o lar, bomboniere, recargas de celular, adega com vinhos importados, seção de cervejas especiais, açougue, padaria e hortifruti. A linha de produtos naturais, diet, light e zero lactose é completa. A padaria tem produção diária de pães quentinhos e variedade, dos integrais, aos pães com goiaba, cenoura, beterraba e outros tipos.

A loja tem 80 colaboradores, além de jovens aprendizes e dispõe de 9 checkouts (caixas para pagamento). Para levar as compras, são oferecidas sacolas plásticas e os clientes podem usar o estacionamento do complexo da Feira do Ogunjá, enquanto idosos, gestantes e portadores de necessidades especiais têm vagas na frente da loja.

Com a inauguração da loja do Ogunjá, o sócio-diretor Joel Feldman informa que dará início às obras na loja da Sete Portas. "Esta será a maior loja da rede e ficará entre os melhores supermercados da Bahia", revelou, acrescentando que o projeto da rede é chegar a 100 novas lojas nos próximos 24 meses. "Além de reformarmos as lojas nos pontos tradicionais da Cesta do Povo,



estamos ampliando a malha com licenciados, incorporando supermercados tradicionais, nas praças onde atuam, à rede Cesta do Povo". Feldman ressalta que está somando forças na construção de uma rede com potencial de negociação para oferecer preços baixos e apresentar o 2º maior faturamento do Estado nos próximos dois anos.

#### Credcesta

O cartão Credcesta também está com marca nova e mais benefícios para o servidor público estadual. Além de possibilitar a aquisição de alimentos nas lojas da rede Cesta do Povo, permite a utilização para compras em vários estabelecimentos credenciados, serviços financeiros completos, programa de pontos e outras vantagens já disponíveis por meio do cartão.

Os cartões podem ser desbloqueados no site ([www.credcesta.com.br](http://www.credcesta.com.br)), pelo app Credcesta (IOS e Android), no Call Center 4003 3920 (Capital) e 0800 729 0660 (Interior) ou na Loja Credcesta no 3º piso do Shopping Piedade. Para usar o novo cartão e usufruir dos benefícios Credcesta, o servidor só precisa ter em mãos o número do seu CPF.



# Super Revista faz sucesso na inauguração

Na inauguração da Cesta do Povo loja Ogunjá, a Super Revista foi bastante requisitada pelos fornecedores e promotores. Joel Feldman (Cesta do Povo) e Joãosinho Nunes (Redemix) foram clicados pelas lentes do nosso fotógrafo.



Você está Prontinho para vender instantaneamente?



Achocolatado Prontinho Instantâneo. É fonte de vitaminas para o seu cliente e fonte de lucro para o seu negócio.



www.prontualimentos.com.br



Foto: Jorge Dantas

**Cobertura do evento**  
 Coordenação geral: Benneh Amorin  
 Comercial: Antony Amorim, Benneh Amorin, Benedito Moreira, Everton Sodré e Hebert Arley  
 Redação: Benneh Amorin e Eraldo Alves  
 Fotos: Equipe Super Revista e Wilson Sabadin  
 Apoio: Cléo Amorim e Iara Costa

# 43º Encontro Baiano de Supermercados

Foram três dias de muita descontração, network e conhecimento oferecidos aos associados da Abase e familiares que participaram do 43º Encontro Baiano de Supermercados, realizado no Hotel Iberostar, na Praia do Forte (BA). Os convencionais se emocionaram com a história de vida e empreendedorismo dos empresários João Ramos (Grupo Limiar), Lutz Santana (Laticínios Davaca) e Luiz Mendonça (Bravo Caminhões) no Workshop "O homem por trás da marca". Outro momento de destaque do evento foi a palestra "Momento econômico do Brasil e suas perspectivas", proferida pela jornalista global Miriam Leitão". Os associados da Abase aproveitaram para unir descontração com os negócios, onde puderam divulgar seus produtos no lazer à beira da piscina ou nos jantares e diversos shows realizados durante o encontro.

**43**  
 ENCONTRO BAIANO DE SUPERMERCADOS

O MELHOR ENCONTRO DO MUNDO

FOI UM PRAZER TÃO GRANDE TER VOCÊ NO 43º ENCONTRO BAIANO DE SUPERMERCADOS, QUE JÁ ESTAMOS PENSANDO NO PRÓXIMO.

A ABASE SÓ TEM A AGRADECER A SUA PRESENÇA NO 43º ENCONTRO BAIANO DE SUPERMERCADOS - O MELHOR ENCONTRO DO MUNDO - CONTAMOS COM A SUA PARTICIPAÇÃO EM 2020.

APÓIO: REDE BAHIA

COORREALIZAÇÃO: SINCUPER

REALIZAÇÃO: ABASE

PATROCINADORES OFICIAIS

pagseguro UOL, DEVASSA, Brasfrut, Banco do Nordeste, NESTLÉ Força Simm

PATROCINADORES

NITRO, TNT, Indaiá, DeMarchi, Mondelēz, ASA, SMO, SKALA, sodexo

Adapta Systems, BOHEMIA, BOHEMIA, BOHEMIA, BOHEMIA, BOHEMIA, BOHEMIA, BOHEMIA, BOHEMIA, BOHEMIA, BOHEMIA

Grupo Raymundo de Faria, Seara, Seara, Seara, Seara, Seara, Seara, Seara, Seara, Seara

Magrela, Bunitis, Bunitis, Bunitis, Bunitis, Bunitis, Bunitis, Bunitis, Bunitis, Bunitis

CCGL, aurora, aurora, aurora, aurora, aurora, aurora, aurora, aurora, aurora

ism, ism, ism, ism, ism, ism, ism, ism, ism, ism



**A Rivoli**  
se congratula e  
parabeniza  
a **Abase** pela  
realização do  
**43º Encontro**  
**Baiano de**  
**Supermercados**

A Rivoli selecionou as melhores azeitonas do mundo para servir aos supermercadistas baianos durante o 43º Encontro Baiano de Supermercados. No seu estande na Piscina Mamede Paes Mendonça, a Rivoli, através dos executivos da empresa, o Presidente José Luís Nucete Alarcon; o Diretor Valério Lipinski; o Gerente da Bahia, Wellington Pereira; e os representantes Antônio Oliveira e Jefferson Campos receberam supermercadistas, diretores da Abase e autoridades, entre os quais Joel Feldman, Joãozinho Nunes, Teobaldo Costa, o superintendente Mauro Rocha; o deputado federal João Roma e o cônsul da Argentina na Bahia, Pablo Virasoro.





## Abertura

O 43º Encontro Baiano de Supermercados começou na quinta-feira (31/10) a partir das 15h com a diretoria da Abase dando as boas-vindas aos convencionais no lobby do hotel com a animação do cantor Viny Borges. À noite aconteceu o jantar de abertura Noite Tropical, a partir das 20h no salão Garcia D'Ávila, uma promoção da Luminae, Viniterria e Ambev. E logo, às 21h, teve a abertura oficial do encontro com a palavra do presidente da Abase, Joel Feldman, que convidou o prefeito de Mata de São João, Marcelo Oliveira (PSDB), para fazer as honras da casa. Logo após o jantar de abertura da

Noite Tropical, o cantor Saulo Fernandes colocou os convencionais para dançar no ritmo do Reggae e Axé.

Joel Feldman agradeceu aos convencionais pela participação no encontro e falou da importância do evento para rever amigos e se confraternizar, além das empresas divulgarem as suas marcas e poder discutir sobre o setor varejista do Nordeste e do Brasil.

Os convencionais tiveram um fim de semana de bastante descontração, onde puderam assistir várias atrações musicais, a exemplo do cantor Saulo Fernandes, Jota Quest, a Banda Parangolé, o cantor e



Tendo como mestre de cerimônia, Gilberto Vitória, o 43º Encontro teve, na abertura, a participação do prefeito de Mata de São João, Marcelo Oliveira

Feliz natal e um Ano Novo maravilhoso a todos!!!

APRECIE COM MODERAÇÃO

**CANÇÃO**  
RESERVA ESPECIAL  
VINHO TANTO SECO

**CANÇÃO**  
RESERVA ESPECIAL  
VINHO TANTO SUAVE

**CANÇÃO**  
Suco de Uva INTEGRAL  
100% UVA  
SUCO DE UVA TANTO INTEGRAL 1,5L

vinhoscancao.com.br

Representações Rio-grandense Salvador e Recôncavo (71) 3273.8120 | HMP Representações Feira de Santana e Região Norte (71) 99972.8410 | Beira Representações Sul e Extremo Sul (71) 99983.1052 | SS Representações Oeste (77) 98134.6638 | JE Dinâmica Representações Sudoeste (77) 99117.9539



compositor Jau, Negra Cor com Adelmo Casé, Lincoln & Duas Medidas, Viny Borges e FitDance.

Destaque também no encontro, no segundo dia, sexta-feira (1º/11), o workshop "O homem por trás da marca" conduzido por Sérgio Alvim, Ceo da Super Varejo, e os palestrantes convidados João Ramos, fundador do Grupo Limiar, Lutz Santana, da Laticínios Davaca, e Luiz Mendonça Filho, presidente do Grupo LM.

Muita animação também no Baile Preto e Branco com condução da Banda Parangolé, que teve o patrocínio da Seara, Grupo Petrópolis, PagSeguro, Viniterra e Nestlé. Antes do início do baile, aconteceu a premiação do Grupo G21, que entregou o troféu a Renata Kalil, gerente comercial do Grupo Assaí, pelos serviços prestados ao

setor varejista baiano. E logo após, a Super Revista Abase, através de seu fundador e jornalista Benneh Amorin, contou um pouco sobre os 25 anos do periódico voltado para o setor de supermercados da Bahia e do Norte/Nordeste. Na ocasião, Benneh Amorin, agradeceu a parceria com a Diretoria da Abase e também aos empresários e fornecedores que lutam pelo fortalecimento do setor varejista do Nordeste.

Joel Feldman parabenizou ao jornalista Benneh Amorin pelo trabalho desenvolvido na Super Revista. "A Super Revista é patrimônio do setor de supermercados da Bahia. Acho bacana quando vemos alguém que faz o que gosta por mais de duas décadas de carreira. Tenho 27 anos de carreira e ver a Super Revista ao longo de seus 25 anos escrevendo sobre a nossa

história e trazendo nosso registro é um imenso orgulho. Benneh, que Deus lhe dê longa vida para que continue registrando a história do supermercado".

Feldman agradeceu também aos empresários João Ramos, do Grupo Limiar, Lutz Viana, da Laticínios Davaca e Luiz Mendonça, da Bravo Caminhões, pela participação do workshop "O homem por trás da marca". Agradeceu também aos deputados Zé Neto (PT), Paulo Câmara (PSDB), Niltinho (PP), Cláudio Tinoco, secretário de Cultura e Turismo de Salvador e Cláudio Carvalho, presidente da Associação Brasileira de Agências de Publicidade na Bahia (Abap-BA).

O presidente da Abase agradeceu ainda ao Grupo PagSeguro pelo patrocínio da noite. "Melhor testemunho é do cliente.

Como cliente, faço um testemunho por estar satisfeito. A PagSeguro chegou fazendo a diferença e provocando empresas tradicionais e grandes do segmento, e eu fui um dos primeiros aqui na Bahia a migrar toda a minha operação para a PagSeguro. E, hoje, faço esse reconhecimento como cliente satisfeito".

No Sábado, a jornalista de economia da Rede Globo, Miriam Leitão, falou para uma plateia lotada de convencionais sobre o "Momento Econômico do Brasil e suas Perspectivas". À noite foi a vez da diretoria da Abase premiar personalidades do setor com o Troféu Gente Boa, Carrinho de Ouro e Empresa Destaque do Ano, que foi a Laticínios Davaca. Logo após a premiação, os convencionais participaram do Baile Anos 90/Neon com a animação do show da Banda



Jota Quest, que teve o patrocínio da Devassa, Josapar, Raimundo da Fonte, Viniterra, Brasfrut, M. Dias Branco e Nestlé. À meia-noite, os convenionais se divertiram no Luau com a apresentação da Banda Negra Cor.

Mauro Rocha, superintendente da Abase, falou da importância do encontro para o setor varejista baiano mostrar a sua força e local para as empresas apresentarem seus novos lançamentos, além de confraternizar entre amigos. "O encontro baiano de supermercados já tem 43 anos com um recorde de patrocinadores e apoiadores,

em que 63 empresas, com a força do varejo baiano, confraternizam e trazem conhecimentos, além de que as indústrias têm a possibilidade de apresentarem os seus produtos. A diretoria da Abase fica muito feliz que um encontro como este, onde mais de 1600 convenionais reunidos em três dias pode mostrar o que tem de melhor no setor varejista baiano.

Para Sérgio Alvim, o encontro é de fundamental importância pela sua razão de colaboração há muitos anos. "Aqui é o encontro de confraternização de indústria



e varejo. E essa troca de experiências entre os varejistas ajuda muito um ao outro. Trazer as famílias dar um sabor melhor ao trabalho e para o setor é muito importante. Temos que humanizar mais os negócios e esse encontro tem tudo isso: você tem lazer, trabalho e aprendizado, conteúdo, isso tudo é fantástico".

Sobre a avaliação do setor de varejo, Alvim disse que apesar de todas as

dificuldades macroeconômica, segundo ele, vem melhorando com a bolsa batendo recorde e o dólar caindo, juros mais baixos. "Independente de tudo, as empresas têm que olhar para dentro e não somente para fora. O grande risco das empresas hoje não é só o mercado, é olhar para si próprio. É não se preparar para um futuro diferente. O consumidor mudou, ele quer outra experiência nas lojas dos supermercados".



# Café Cravo



Muito mais aroma,  
muito mais sabor.



sac@cafecravoindustria.com.br

PONTO CERTO  
alimentos



# Boas-vindas

A Diretoria da Abase deu boas-vindas aos convenionais no primeiro dia do Encontro, numa tarde de quinta-feira. A animação ficou por conta do cantor Viny Borges e Banda.



**Nas boas-vindas, não podia faltar  
Caldinho do Feijão Manolinho!**



## Patrocinadores

Foram patrocinadores das boas-vindas as seguintes empresas:

- ALEGRA - ASA INDÚSTRIA - AURORA - CAFÉ CRAVO - DEVISSA
- FEIJÃO MANOLINHO - GRUPO PETRÓPOLIS - INDAIÁ - INGLEZA
- MARILAN - MASSAS SÃO FRANCISCO - NATURAL GURT -
- QUEIJOS BURITIS - RAYMUNDO DA FONTE - VENEZA.



Cada vez que a família **Veneza** cresce...

Suas vendas crescem junto.

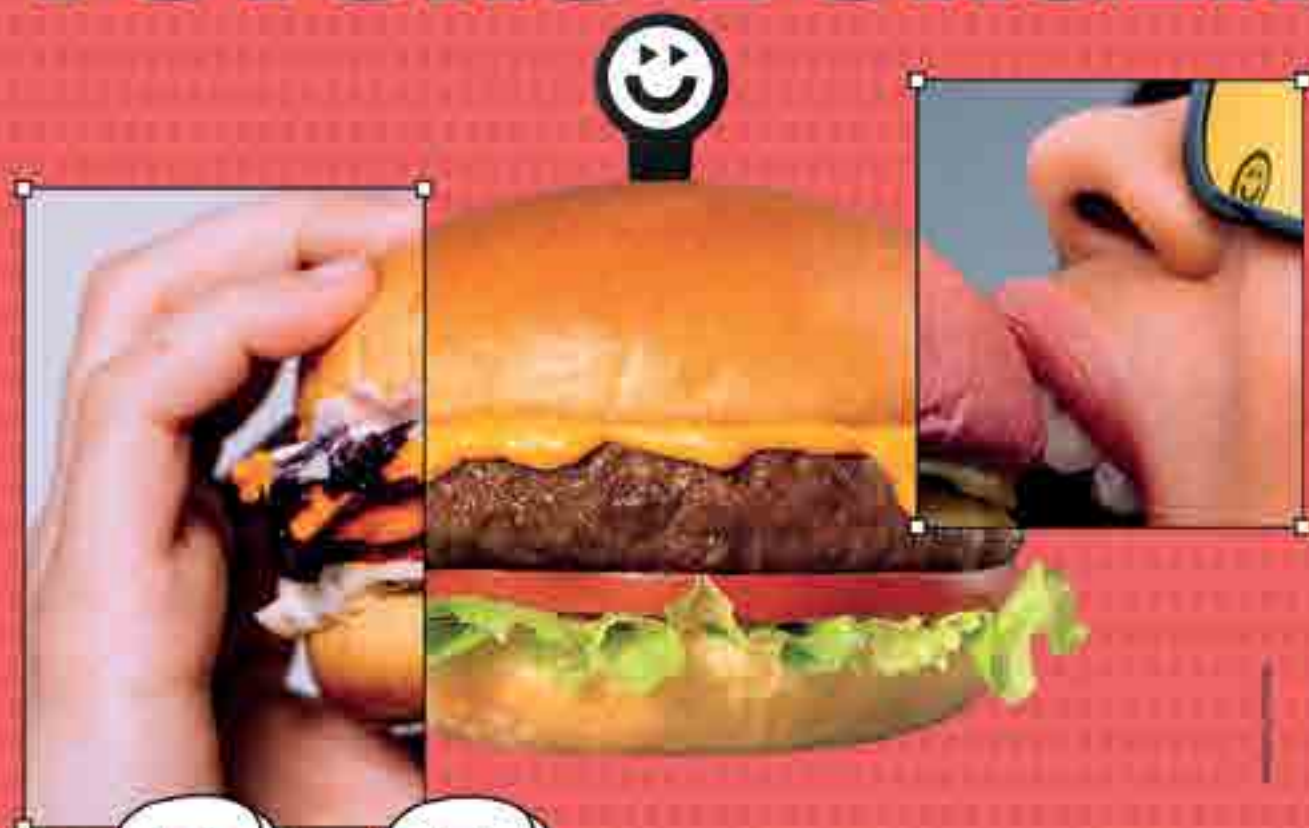
Na Veneza há várias famílias cuidando da sua.

www.venezalacteos.com.br | @venezalacteos

fazenda futuro™

CHEGOU

# FUTURO BURGER



# 2.0

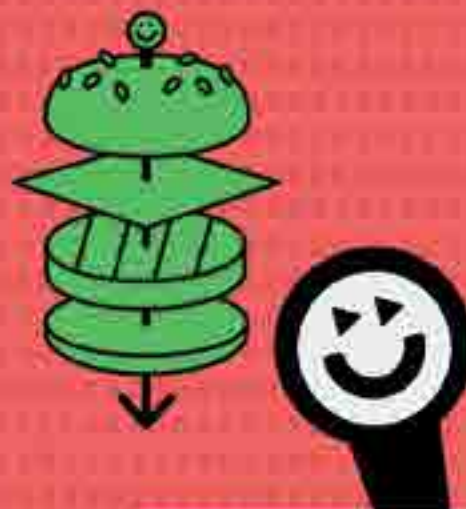
**O MELHOR  
FUTURO BURGER  
JÁ FEITO, AGORA  
ATUALIZADO.**

MAIS CARNUDO MAIS SUCULENTO ZERO BOI

#futuroburger  
@fazendafuturo  
fazendafuturo.io

## FAZENDA FUTURO: O QUE É ISSO?

A FAZENDA FUTURO É A PRIMEIRA FOODTECH BRASILEIRA A CRIAR UMA ALTERNATIVA FIEL A CARNE DE ORIGEM ANIMAL. TEMOS ORGULHO DE SER A ÚNICA MARCA DA CATEGORIA A USAR INGREDIENTES 100% VEGETAIS E NATURAIS, SOMOS CLEAN LABEL (RÓTULO LIMPO).



## O QUE É O FUTURO BURGER™?

É UM BLEND DE 3 VEGETAIS, QUE TEM SABOR, TEXTURA E CHEIRO DE UM HAMBURGUER FEITO DE CARNE ANIMAL. TEMOS MENOR TEOR DE SÓDIO E GORDURAS TOTAIS DO SEGMENTO\*. ALÉM DISSO SOMOS:

- [SEM\_AÇÚCAR]
- [SEM\_GLÚTEN]
- [SEM\_COLESTEROL]
- [SEM\_AROMAS\_ARTIFICIAIS]
- [SEM\_GORDURA\_HIDROGENADA]
- [SEM\_TRANSGÊNICOS]

\*COMPARADO A PRODUTOS BRASILEIROS

fazenda futuro™

# FUTURO BURGER

://O REVOLUCIONÁRIO HAMBÚRGUER DE **PLANTAS** COM TEXTURA E GOSTO DE **CARNE** (ATUALIZADO);  
HAMBÚRGUER À BASE DE PROTEÍNA VEGETAL • CONTEÚO 2 UNIDADES DE 115g • PESO LÍQ. 230g

[SEM\_GLÚTEN]  
[SEM\_TRANSGÊNICOS]  
[SEM\_ANTIINFÉTICOS]



NOVA VERSÃO **2.0**  
[+] CARNUDO [+] SUCULENTO  
[-] TEXTURA [-] DEFUMADO

(CONTATO COMERCIAL)  
MAXTEY DIAS  
(71) 99830-7165



03244-3500 | www.avigro.com.br

Merito

O MELHOR NA COZINHA  
 É PENSAR QUE PRODUTOS DE  
 EXCELÊNCIA DEIXAM A REFEIÇÃO  
 MUITO MAIS GOSTOSA.

Frangos congelados, cortes e temperados de  
 Qualidade inquestionável

Frango  
 Saudável

**Avigro**

Prove esta Qualidade

SEM USO DE HORMONIO  
 COMO ESTABELECE A  
 REGULACAO BRASILEIRA

CERTIFICACAO  
**SISBI**  
 SISTEMA BRASILEIRO DE AVIGRO  
 DE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL



# Flashes Boas-vindas



BISCOTTOS  
**Flor do Vale**

Em diversos estados  
e no **CORAÇÃO**  
do consumidor.

*A Flor do Vale nasceu no Vale do Jiquiriçá na Bahia e hoje está presente em vários estados do Brasil. Com a qualidade do amplo portfólio de produtos conquistou a credibilidade do mercado e o coração dos consumidores. Então, leve para a gôndola o sabor e tradição que seu cliente procura, leve Flor do Vale.*



# 1º Jantar

Foram patrocinadores do primeiro jantar as seguintes empresas:  
AMBEV - LUMINAE - VINITERRA



# ALERTA NOVIDADE!

## WHEY GURT 180G

MAIS PRATICIDADE COM OS BENEFÍCIOS QUE VOCÊ JÁ CONHECE.



f /naturalgurtofcial @naturalgurt

www.naturalgurt.com.br | sac@naturalgurt.com | (75) 3422-1530

# 1º Show

O show do cantor baiano Saulo Fernandes no primeiro dia do 43º Encontro Baiano de Supermercados levou os convenionais a cantar os seus maiores sucessos. Num ritmo de reggae e axé, Saulo conquistou o público de todas as idades e agradeceu ao convite feito pela Abase para abrir o 43º Encontro Baiano de Supermercados.



## 2º Jantar

Foram patrocinadores do primeiro jantar as seguintes empresas: SEARA - GRUPO PETRÓPOLIS - PAGSEGURO VINITERRA - NESTLÉ



Desde 1931

# PARATUDO

Bebidas que combinam com você.

SIGA NOSSAS REDES SOCIAIS

f /paratudoindustria @paratudobebidas .paratudobebidas www.paratudo.com.br

A collection of various Paratudo liquor bottles is displayed against a red background. The bottles include brands like KAUTIN, PARATIN, JAMBULERA, DA ROCHA, PARATUDO, KRISKOF, and GOLD PAR. The Paratudo logo, featuring a Native American figure, is prominently displayed at the top left.

## UMA LINHA COMPLETA PARA SUA CASA

A wide array of Imperial Plus cleaning products is shown, including bottles of detergent, bleach, and disinfectant in various colors and sizes. The products are arranged on a light blue background.

(34) 3212-5212  
imperialplus.com.br  
UBERLÂNDIA - MG

seja UM DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO

# IMPERIAL PLUS

SUA CASA COM MAIS BRILHO E PERFUME

A collection of Imperial Plus cleaning products is displayed against a light blue background. The products include various bottles of detergent, bleach, and disinfectant in different colors and sizes. The Imperial Plus logo is prominently featured at the bottom right.



## Flashes 2º jantar



www.guarathon.com.br  
@guarathon  
/guarathonoficial

E você,  
qual a sua  
fonte de  
energia?



**Guarathon**  
ENERGIA DE CAMPEÃO

# 2º Show

A Banda Parangolé ferveu a segunda noite do 43º Encontro Baiano de Supermercados e com o sucesso "Que Tiro Foi Esse", o cantor Tony Salles levou os convencionais ao remexão no melhor ritmo baiano. Outro momento marcante do show foi quando Tony cantou o hit "Diferenciada", onde homenageia a todas as mulheres no refrão: "Sabe por quê. Porque ela é diferenciada. Ela comanda essa parada. Porque ela é diferenciada. A dona da zorra, meu irmão..."



Tel: (71) 98894-7438  
comercial.redes@latsantalucia.com.br  
latsantalucia

# SANTA LÚCIA

# VIDA LEVE E COM MUITO SABOR

Nossa família cresceu.  
Agora com Novas Linhas de  
iogurte Light e Sem Lactose,  
e Queijos Condimentados.



## 3º Jantar

Foram patrocinadores do primeiro jantar as seguintes empresas: DEVASSA - JOSAPAR - RAYMUNDO DA FONTE VINITERRA - BRASFRUT M. DIAS BRANCO - NESTLÉ





## Flashes 3º jantar



# NATAL DE MESA FARTA

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

Compartilhe o que é bom!



**O nosso muito obrigado ao  
43° Encontro Baiano de Supermercados.**

Conte sempre com a gente para  
oferecer **o nosso melhor papel!**







Especialmente  
para você.



**markasvip**

REPRESENTAÇÕES E CONSULTORIA LTDA

71.3492.6336 | 71.9.9669.0207  
comercial@markasvip.com.br



**SÃO FRANCISCO**

84.3429.2910

www.massassaofrancisco.com.br

# 3º Show

O show da banda mineira Jota Quest no terceiro dia do 43º Encontro Baiano de Supermercados foi o momento Rock Pop. O vocalista da banda, Rogério Flausino levou os convencionais a cantar os grandes hits da banda, a exemplo de "Dias melhores", "Fácil", "Amor maior", "Encontrar alguém", "O sol", "Só hoje" e tantos outros.



**B** HABILITAÇÃO CATEGORIA B

**NOVO DESIGN**

**CONFORTO COMPLETO**

**AIRBAG DE SÉRIE**

**CARROCERIA CARGA SECA OU BAÚ DE FÁBRICA**

**DLX SOB MEDIDA PARA QUALQUER NEGÓCIO?**

**VOCÊ ENCONTRA NA BRAVO!**

**BRAVO**  
Caminhões e Ônibus

FRÁGIL FRÁGIL

**E**  
Exclui CARGA/DESCARGA

**Volkswagen Delivery Express. Sob medida para todo mundo.**

novodelivery.com.br

(71) 9 9903-9600  
(32) 9 9952-9500

**VW**  
Caminhões sob medida

## César Martinez, da Somarte, ganha o Carrinho de Ouro

Tomado pela emoção, César, que anos atrás havia sido agraciado com o Troféu Gente Boa, agradeceu a Abase e sua diretoria pela distinção e ofereceu o prêmio à família e à equipe da Somarte, da qual é diretor. Em depoimento à Super Revista ele declarou: "O meu sentimento é de muita alegria. Sei da importância e representatividade desse prêmio, sei que estou sendo premiado pela diretoria da Abase, que são clientes meus de longas datas, isso me enche de orgulho como também serve de motivação na minha jornada, junto com meu sócio e irmão Marcos e toda minha equipe.

Sim, são 43 anos de carreira no setor, sendo 3 anos como promotor, meu pai foi sábio quando me confiou no início a função de promotor, nesse período amadureci e exercitei valores como o comprometimento e a humildade. Aprendi a trabalhar nos feriados, domingos, Natal, aprendi a obedecer aos chefes de seção e gerentes e reconhecer o valor dessa profissão, pois sem a execução no PDV nada acontece. Tenho aprendido todos os dias de minha vida, e tentando sempre me reciclar, pois ainda pretendo estar em campo por muito tempo fazendo o que amo, o que me dá prazer, o que me faz feliz. Os desafios são o meu alimento, o meu oxigênio, sou uma pessoa de motivação intensa. Esse prêmio me motiva, me impulsiona, nada como o reconhecimento de um setor tão importante como o supermercadista, é sinal que estamos trilhando o caminho certo.

Dedico esse prêmio, acima de tudo, a todo time Somarte, equipe de excelência, a meu irmão e sócio Marcos Martinez, a todos nossos clientes pela confiança e acolhimento às nossas representadas, parceiras de todos os momentos, como também à toda minha família, pela compreensão das ausências, das noites maldormidas, dos estresses, e, acima de tudo, pelo apoio incansável nos momentos mais difíceis. Dedico finalmente esse prêmio à minha filha Larissa, dentista por formação, mas vendedora por opção e coração, a certeza de continuidade da Somarte".



Nesta galeria de fotos, César recebe o carinho e os cumprimentos de Joel Feldman, que lhe entregou o Carrinho de Ouro; Amanda Vasconcelos, Teobaldo Costa, Mendes, Demétrio, de João Galassi, de Joãozinho e de seus familiares, a cunhada, Suzi; o irmão Marcos; a esposa, Sílvia; a filha Larissa, o genro, Rodolfo; e o neto Guido



**César, sua família e seus colegas da Somarte se orgulham e lhe felicitam por você ter sido agraciado com o Carrinho de Ouro da Abase!**

**Obrigado Abase, parabéns César!**





# É Gente Boa, Sim!

**Nós também referendamos, aprovamos e assinamos embaixo a decisão dos supermercadistas baianos em eleger Diego Cabanelas como Gente Boa 2019. Por isso, nós da sua família, os pais, Sissi e Manoel Cabanelas, sua esposa Gisele, seu filho Antônio, seus irmãos Talita e Cássio, com a esposa Carolina e a filha Marina; e seu sócio Jairo, com a esposa Fernanda, lhe parabenizamos por mais essa conquista.**

**\*Diego Cabanelas passa a integrar o Clube familiar de Gente Boa, já que Manoel Cabanelas, Cássio e Talita também já foram eleitos Gente Boa, além de seu sócio, Jairo Souza.**



Geovana Moreira com Diego Cabanelas; Joãosinho com Marcos Marques; e Demétrio Machado com Rafaela Pimentel

## Diego Cabanelas, Marcos Marques e Rafaela Pimentel ganham o Troféu Gente Boa



Um dos momentos mais especiais dos encontros da Abase, é a noite em que a entidade homenageia fornecedores associados com o Troféu Gente Boa. O prêmio é decorrente de uma eleição de três fornecedores que receberão a premiação. Os Gente Boa do ano são eleitos pelos supermercadistas baianos, através de uma lista contendo vários nomes e os três mais votados são comunicados da honraria. Este ano, os eleitos foram Diego Cabanelas (Feijão Manolinho), Marcos Marques (Brasfrut) e Rafaela Pimentel (RJ Alimentos).

Diego Cabanelas recebeu seu

troféu das mãos de Geovana Gabriela Brandão Moreira; Marcos Marques, de Joãosinho Nunes; e Rafaela Pimentel, de Demétrio Machado. Eles agradeceram aos eleitores e à Abase pelo reconhecimento, afirmando que estavam muito felizes com a distinção e que o prêmio era uma honra para cada um. O Troféu Gente Boa foi criado a partir de uma expressão de **Seo** Mamede Paes Mendonça, que costumava chamar os fornecedores de Gente Boa. Este ano, cumpriu-se, mais uma vez, a tradição. Parabéns aos eleitos.



Diego Cabanelas, Marcos Marques e Rafaela Pimentel agradecem o prêmio e Rafaela com o esposo Eraldo; e os consultores da Prime Educação Corporativa, Reginaldo e a esposa Arilene



**Parabenizamos o nosso diretor Diego Cabanelas pela distinção do Prêmio Gente Boa, concedido pela Abase. Nós que convivemos com você diariamente, sabemos da sua capacidade e competência profissional, além de ser um ser humano especial, dedicado e de coração generoso. Jairo Souza e Equipe do Feijão Manolinho!**





## G21 homenageia Renata Kalil



O Grupo G21 convidou Renata Kalil para receber o Troféu da Amizade de 2019 pelos serviços prestados ao setor supermercadista. O prêmio é dado aos profissionais que atuam no mercado com cordialidade e bom desempenho em suas funções e trato com os executivos de vendas.

Renata Kalil, atualmente trabalha como gerente comercial do Assaí Atacadista (GPA). Formada em Administração de Empresas, Kalil passou por redes de supermercados importantes do mercado no Nordeste, a exemplo do Hiperideal, GBarbosa, MixBahia, Cencosud e Dia Group. Renata agradeceu ao Grupo G21 por escolhê-la para receber o Troféu da Amizade pelo trabalho realizado durante 20 anos no mercado varejista.

Agradeceu também aos familiares por apoiá-la em sua carreira e torcer pelo seu sucesso e a todos que trabalham com ela no dia a dia.



**Nós aqui na  
RJ Alimentos  
já tínhamos  
certeza que a  
nossa diretora**

**RAFAELA**

**é Super  
Gente Boa!**



*Qualidade que alimenta*

# Equipe comemora, com orgulho, os 25 Anos da Super Revista

A Super Revista teve a oportunidade no 43º Encontro Baiano de Supermercados em mostrar o trabalho realizado durante seus 25 anos como Órgão Oficial de Divulgação da Abase em prol do setor varejista do Nordeste e, em especial, da região da Bahia.

A equipe da Super Revista esteve comemorando e registrando ao lado do jornalista Benneh Amorin, fundador do periódico, e sua família (a filha, Janaina, o genro Júnior e a sua esposa Maria Saraiva) aquele momento de alegria e confraternização.

Mesmo de olho na cobertura, a equipe da Super Revista (Cléo Amorim, Eraldo Alves, Robélio Chagas, Everton Sodré, Hebert Arley e Yara Costa), teve um tempinho para descontrair no

momento do show da Banda Parangolé.

Benneh Amorin recebeu os parabéns dos convencionais que fizeram questão de serem clicados ao lado do fundador da Super Revista. Com o seu grande sorriso e ciente de missão cumprida por estar à frente de um periódico que se mantém ao longo de mais de duas décadas informando sobre o setor de supermercados, o jornalista agradeceu a sua equipe por estar ao seu lado durante todos esses anos.

Sobre o 43º Encontro, Benneh ressaltou que para a equipe da Super Revista é maravilhoso participar de mais um Encontro Abase, "que é sempre uma parceria que dá todo apoio e suporte para realizar esse trabalho".



**O troféu "Gente Boa" é uma homenagem pontual na trajetória profissional de um gestor. É um certificado às pessoas que fazem com que o mercado supermercadista aconteça de forma dinâmica e inovadora. É mais que merecida essa homenagem a Marcos Marques, ela faz dele um profissional reconhecido além dos muros da Brasfrut.**

## Parabéns!





| 43º Encontro |



F 1 - Benneh Amorin com Mauro Rocha, Joazinho e Joel Feldman; discursando; com Oliveira e Mariá; e na última com a filha Janaina, o genro Euclides Júnior, os amigos Lauro Azevedo e esposa, e a esposa Maria Saraiva



## Fornecedores premiados

O Encontro teve a sua noite de premiação e homenagens e a Super Revista foi um dos destaques pelos seus 25 Anos completados em novembro último.

Na comemoração dos 25 Anos da Super Revista, o jornalista Benneh Amorin fez um breve relato de como começou a sua trajetória à frente do periódico e agradeceu aos amigos que juntamente com ele ajudaram na criação e continuidade, a exemplo de Noberto Araújo, Ana Quintas e Bené Simões.

Em seu discurso, Benneh lembrou do saudoso Mamede Paes Mendonça, com quem teve o privilégio de trabalhar e saber mais sobre o setor varejista. "Um homem humilde e de visão muito além de seu tempo. Um grande empreendedor e mago do ramo

varejista do Norte/Nordeste".

O jornalista agradeceu aos fornecedores anunciantes da Super Revista, que segundo ele, são verdadeiros parceiros que contribuem para a manutenção do periódico. Agradeceu também a diretoria da Abase por caminhar lado a lado com a Super Revista.

No final, Benneh convidou até o palco alguns anunciantes para receberem uma pequena e singela lembrança da Super Revista, dentre eles, Joel Feldman, Mauro Rocha e Lilian Malta (Abase), Roberto Garrido (Millano), Oliveira (da SB Oliveira), Fábio Andrade (Promo Prime), Bena (Marilan) Florivaldo Porfírio (Conceito), Cléside (Velas Luz Divina), Florivaldo Oliveira (Numerc), Joãosinho (Redemix), Itamar Fontes (MixBahia) e tantos outros.



# O homem por trás da marca encanta plateia

Os empresários João Ramos, fundador do Grupo Limiar, Lutz Santana, da Laticínios Davaca, e Luiz Mendonça Filho, presidente da Bravo Caminhões e do Grupo LM, contam a sua trajetória de vida e como se consolidaram no mercado como grandes empreendedores no Workshop “O homem por trás da marca”, conduzido por Sérgio Alvim, Ceo da SA Varejo. De forma descontraída, os empresários fizeram o público se emocionar e dar muitas gargalhadas e a Super Revista esteve lá para conferir.

Foram patrocinadores da palestra “O homem por trás da marca” as seguintes empresas:  
SODEXO - ODONTO SYSTEM  
AMBEV - 3 CORAÇÕES - INDAIÁ





## João Ramos (Limiar), Lutz Viana (Davaca) e Luiz Mendonça (LM Transportes)

João Ramos: ainda pequeno, viveu em um seminário longe da família, trabalhava durante o dia e estudava à noite, sem direito a salário. Lutz Viana: aos 12 anos, vendia balas na porta do cinema e aos 14 passou a vender manteiga para as padarias. Luís Mendonça: de família pobre, começou aos 9 anos vendendo caixa de fósforo na Cidade Baixa até chegar a uma sociedade com um amigo numa granja. Três histórias de muita luta e superação contadas pelos próprios guerreiros e grandes empreendedores.

### João Ramos

No Workshop, o primeiro a falar foi o fundador do Grupo Limiar, João Ramos. Ele começou sua fala dizendo: "A vida tem sido muito grata e generosa comigo e eu tenho plena convicção que poderia fazer mais".

Nascido em Rio Preto (MG), numa cidade muito fria e de família pobre, ele ressaltou que já nasceu sem uma das mãos. "Não perdi numa máquina fazendo pães como algumas pessoas acreditam". Ele disse que aprendeu desde cedo a sonhar por causa de suas condições. "Eu tive que aprender a longo prazo, que é fundamental para o empreendedor ser destemido e algo de suma importância a resiliência, a capacidade que cada pessoa tem de lidar com seus próprios problemas, de sobreviver e superar momentos difíceis, diante de situações adversas".

Ramos contou que ainda pequeno foi calçar um congá e se deparou com um problema, amarrar o cadarço. Ele disse que pensou logo em sua mãe, mas também percebeu que teria que conseguir uma forma alternativa porque não teria a sua genitora para sempre. "Assim como esse cadarço, enfrentei ao longo de minha vida muitas situações que tive de encontrar alternativas para superá-las".

Através de um olhar de compaixão do Padre Inácio, Ramos foi morar em um seminário em Juiz de Fora. Lá, ele trabalhava durante o dia e estudava à noite, sem direito a salário. "A passagem no seminário foi fundamental para terminar o segundo grau e ir morar no Rio de Janeiro, onde ingressei na Universidade de Engenharia".

A pedido de seu chefe, que Ramos tinha grande consideração, veio morar na Bahia para trabalhar no Pólo Petroquímico de Camaçari. "Num Fiat 147 viajei até Minas Gerais e me despedi de minha família e amigos. E, depois,

seguí numa viagem solitária, pensando como seria a minha vida na Bahia".

Como Ramos chegou a trabalhar no ramo de Padarias. Segundo ele, em Salvador, numa visita à loja Paes Mendonça, à época, localizada na Avenida Manoel Dias, percebeu que havia uma falta de produtos fabricados na Bahia. "Encontrei-me perplexo, ora sentimento de alegria, ora de tristeza ao saber que os produtos advinham de São Paulo, Rio de Janeiro e de minha terra Minas Gerais, mas não tinha produtos fabricados na Bahia". Daí surgiu a ideia de fundar a Limiar, uma padaria instalada numa garagem e por coincidência na mesma avenida da Loja Paes Mendonça. "Essa pequena padaria se evoluiu na maior empresa Norte/Nordeste deste segmento. Hoje podemos encontrar padarias Limiar gerando empregos diversos para o Estado, treinando pessoas e diminuindo desigualdades.

Segundo Ramos, algumas variáveis contribuíram durante a sua vida. Umas



têm-se controle e outras não. Dentre essas variáveis, destacam-se: o princípio de ser útil e de servir, que norteiam a Limiar; encontrar pessoas generosas e altruístas e mostrar que é capaz e que pode fazer algo pelo próximo.

#### **Lutz Viana**

O segundo a contar um pouco de sua história como empreendedor foi Lutz Viana, empresário e presidente da agroindústria Laticínios Davaca. Nascido em uma família pecuarista de Minas Gerais, escolheu a Bahia, mais especificamente a cidade de Ibirapuã, no extremo sul, para criar o seu negócio.

Viana contou que começou também a trabalhar muito cedo. Aos 12 anos, vendia balas na porta do cinema e aos 14 passou a vender manteiga para as padarias. Aos 18 anos, a pedido da mãe que queria ver seus filhos estudando e somente depois trabalhar, foi morar em Belo Horizonte e passou no vestibular em Direito na Puc, mas a sua vontade de ter o seu dinheiro no bolso era tão grande que transferiu para faculdade

de Teófilo Otoni (MG).

Seu espírito empreendedor já vem desde cedo. Percebendo da necessidade dos estudantes se deslocarem para estudar em Teófilo Otoni, ele comprou uma Kombi e começou a cobrar a passagem. "Os passageiros já eram certos. E caso não fossem para faculdade, pagavam a passagem da mesma forma" (risos).

O empresário trabalhou na agricultura e se associou a uma cooperativa de japoneses com quem aprendeu muito, começou a vender os cocos no Ceasa do Rio de Janeiro e São Paulo. Logo, comprou um box na Ceasa do Rio de Janeiro e ele mesmo passou a negociar diretamente a produção de cocos.

Viana falou também da sua entrada na política em 1987, aos 26 anos de idade, como prefeito da cidade de Santaluz. Na gestão de 1988 a 1992 pelo MDB.

O Laticínios Davaca começou em 1992, com (o processamento de) 2,6 mil de litros de leite por dia. "Nós fazíamos queijo parmesão e manteiga e vendíamos esse produto todo para Recife. Com o passar do tempo, a empresa foi crescendo e nós diversificamos a produção. Passamos a atuar nas redes de supermercados e no varejo na Bahia. Com a evolução da empresa, que teve muito apoio dos produtores rurais e produtores de leite do sul da Bahia e, sem dúvida nenhuma, de nossos funcionários, a gente está trabalhando hoje com 450 mil litros de leite por dia".

Segundo Viana, ampliou o negócio para todo o Nordeste e também para o estado de São Paulo, nas regiões de Campinas, Presidente Prudente, Ribeirão Preto e cidades que têm influência de Campinas. E também, como está próximo de nós, do Espírito Santo. Nós temos a área de agroindústria, que

é o Laticínios Davaca, e a pecuária de leite com um rebanho que a gente vem trabalhando há 28 anos. A nossa fazenda hoje é a maior fazenda individual de produção de leite da Bahia, que é a fazenda Campo Grande, também no município de Ibirapuã, com 11 mil litros de leite por dia.

#### **Luiz Mendonça**

O terceiro a contar a sua história foi o empresário Luiz Mendonça, da Bravo Caminhões e Ônibus, concessionária da Volkswagen (MAN Latin America) na Bahia. O empresário que também veio de família pobre, começou aos 9 anos vendendo caixa de fósforo na cidade baixa até chegar a uma sociedade com um amigo numa granja. Ele lembrou que não tendo como alimentar os 25 pintos porque estava sem a ração, recorreu às beatas amigas de sua mãe e começou a vender os frangos recebendo o dinheiro antecipado.

Mendonça falou como começou a negociar com táxi. "No início foram três táxis, mas precisei aumentar o negócio e o banco só liberava se conseguisse um avalista. Ficou muito difícil e o banco não liberou. Mas a solução estava no amigo vizinho que era de descendência judia. Depois de conquistar a confiança de amigo judeu, assim pude comprar mais sete táxis". Logo depois, abriu uma locadora de veículos e começou a locar carros para empresas do Polo Petroquímico de Camaçari

A Bravo Caminhões do Grupo LM Frotas possui 40 mil carros, sendo 1300 caminhões, oito concessionárias. É a terceira maior distribuidora de caminhões do Brasil e, segundo Mendonça, o grupo fatura hoje R\$1 bilhão.

A Bravo Caminhões e Ônibus, concessionária da Volkswagen (MAN Latin America) na Bahia, foi nomeada pela montadora para assumir a concessão da marca na zona da mata, em



Minas Gerais. A nova operação da Bravo vai gerar cerca de 60 oportunidades de empregos diretos e contribuir com a economia local com produtos e serviços de alta qualidade, e uma geração de negócios acima de R\$50 milhões no primeiro ano de atuação em 2020.

Líder na Bahia, esse será o primeiro movimento de expansão nacional da empresa, que pertence ao Grupo LM. No entanto, esse não é um mercado novo para o empresário Luiz Mendonça Filho, que há 20 anos investe no estado por meio de outros negócios: a LM Frotas e a AuraBrasil, que possuem filiais em Belo Horizonte, capital mineira. "Acreditamos no Brasil. Por isso, de olho no futuro, ousamos em mais um grande investimento em Minas Gerais. Dessa vez, na área de caminhões", destaca o presidente do Grupo LM, Luiz Mendonça Filho. O estado é o terceiro principal mercado do Grupo LM.



Na foto acima, a equipe completa da Rede Supermix esteve no workshop "O homem por trás da marca". Também marcaram presença: Joãosinho (Redemix), Jéssica Mizushima (do MixBahia) e equipe, Paulo Cintra, presidente da Cecab, Mauro Rocha, superintendente da Abase, Sérgio Alvim, Ceo da SA Varejo e outros convencionais.



# Hamburguer do Futuro foi a sensação do 43º Encontro Baiano de Supermercados



# Miriam Leitão fala do momento econômico do Brasil e suas perspectivas

Foram patrocinadores da palestra da jornalista Miriam Leitão, as seguintes empresas:  
ASA - MONDELEZ - PROMO PRIME - PAGSEGURO  
NESTLÉ - SKALA - BRASFRUT - INDAIÁ

A jornalista Miriam Leitão falou sobre o "Momento Econômico do Brasil e suas Perspectivas" no 43º Encontro Baiano de Supermercados. Miriam ressaltou que o País saiu de uma recessão muito lenta e acredita que o próximo ano será menos difícil, mas, ainda, o Brasil sofre com a elevada taxa de desemprego. "O desemprego continuará sendo o grande drama do povo brasileiro. Atualmente, são 12,5 milhões de pessoas

desempregadas".

A jornalista enfatizou ainda que as empresas têm que abrir as portas para os jovens que querem entrar no mercado de trabalho e empregar mais mulheres que ainda são discriminadas, principalmente, em relação a faixa salarial inferior a do homem. Ela falou também sobre a preocupação com o meio ambiente, a necessidade de acabar com a degradação da Amazônia e o olhar

das empresas para não discriminar o negro e não deixá-lo fora de cargos de chefia, posições em sua maioria, somente ocupadas por brancos. Leia matéria completa na Super Revista de dezembro.

Segundo a jornalista, atualmente o Brasil vive com um Produto Interno Bruto (PIB) de 1%, foi assim em 2017 e 2018. "Estamos parados nesse 1% e não conseguimos sair dele. O desemprego em 12,5% e a dívida em 79% do PIB e a inflação está controlada em juros controlados. Não é uma situação confortável porque o País precisa crescer e produzir empregos e enfrentar todos esses problemas. Mas sabemos e, principalmente, o setor de varejo e supermercados o quanto é importante ter inflação baixa sobre controle".

Segundo Miriam, quando os economistas são chamados para fazer uma análise para um futuro imediato, daqui há dois anos, "eles falam de mudanças incrementais e não de uma recuperação rápida."

Durante a palestra, Miriam questionou os convencionais: "O Brasil tem condições favoráveis para enfrentar o desafio do século XXI, uma era de mudanças radicais e vertiginosas na sociedade e na economia?"







# Cafés da manhã, almoços e brunch

Foram patrocinadores do 1º Café da Manhã:  
 NATURAL GURT - CCGL - LEITÍSSIMO - 3 CORAÇÕES

2º Café da Manhã:

MONDELEZ - LACTALIS - BRASFRUT

M. DIAS BRANCO - **Almoço:** SANTA MASSA - **Brunch:** CAFÉ CRAVO





Foram patrocinadores do Momento Infantil - PROMO PRIME - ISM/GOOB - MARILAN

## Entretenimento infantil e futebol

O encontro promoveu entretenimento para criançada, que divertiram-se de montão. E quem disse que o baba ficaria de fora do encontro? Nada disso. Os convencionais "loucos por futebol" estiveram lá para mostrar que também são os melhores com a bola no pé. E não faltaram Neymar ou Gabigol demonstrando o seu futebol arte, garantindo bola na rede para alegria da torcida e desespero dos goleiros. E depois tudo acaba com uma gelada na beira da piscina.



## Corrida tem boa participação

Foram patrocinadores da Corrida de 5 km as seguintes empresas: DEMARCHI - INDAIÁ - GATORADE - GRUPO PETRÓPOLIS - NATURAL GURT - PAGSEGURO - TNT

Como acontece todos os anos no encontro, os convencionais atletas acordaram cedo na sexta-feira (02/11) para participarem da corrida dos 5 Km, que teve o patrocínio das marcas Mondeléz, Leitissimo, Lactalis, Brasfrut e M. Dias Branco.

Quem chegou em 1º lugar no masculino foi o atleta Rodrigo Moraes, em 2º Celso Martinele Santana Serra e, em terceiro lugar, Everson Couto Santos. Já no feminino, o 1º lugar ficou com Lícia Silveira, em 2ª colocação Dinailde Bittencourt e em 3ª Roberta Batista

Santos de Santana.

Conforme o vencedor do 1º lugar, a corrida promovida pela Abase é muito bem estruturada e tem um suporte de hidratação excelente. "É bom para os participantes do encontro sempre fazer uma atividade física e a corrida dos 5 km Abase está de parabéns". Moares disse para a Super Revista que no próximo ano estará novamente na competição.

Todos atletas participantes receberam da diretoria da Abase, medalhas pela bravura e espírito esportista.





## Jau e Negra Cor encantam nos luaus

Foram patrocinadores dos luaus as seguintes empresas: ASA INDÚSTRIA - DEVASSA - GRUPO PETRÓPOLIS - INDAIÁ - VINITERRA

Os cantores Jau e Adelmo Casé, da banda Negra Cor, animaram os convencionais no luau à meia-noite com músicas românticas e muita baianidade, levando a plateia a cantar suas músicas.



## Fanfarras da ASA agita mais uma vez

A equipe da ASA animou os convencionais com bloco de carnaval saindo pelos corredores do hotel com porta-estandarte, ao som de apitos e uma bandinha relembrando os festejos do Carnaval de Recife.



## Boate com DJ Old Boys, a novidade





## Estandes na Piscina Mamede Paes Mendonça

A Piscina do Mamede Paes Mendonça é onde tudo acontece. Ali os convencionais passam as tardes de sexta-feira e sábado, degustando as delícias oferecidas pelas 25 indústrias expositoras, que tiveram o prazer em recebê-los. Além dos estandes, a programação na piscina é recheada de atrativos, como as bandas que animam a moçada entre um e outro banho.

Foram patrocinadores das atividades na Piscina do Mamede Paes Mendonça: DEVASSA - GRUPO PETRÓPOLIS - ALEGRA - TNT - RIVOLI - TIO NECO - ASA INDÚSTRIA - SODEXO - ORIGINAL MARCAS - FÁBRICA DO SORVETE - NETUNO - DE MARCHI - BRASFRUT - FANTE DISTRIBUIDORA - AURORA - FAZENDA FUTURO - INDAIÁ - SANTA MASSA - DISALLI - ISM - SKALA - BURITIS - SÓ PÁSSAROS - VINITERRA - BIVOLT



**A Fante, através da SB Oliveira, promoveu o seu Gin Rock's durante o 43º Encontro Baiano de Supermercados. Em um estande na Piscina Mamede Paes Mendonça, Oliveira, Jeferson, Mariá e Indaiara Braga receberam os convencionais com os produtos da Fante, especialmente Gin Rock's.**



## **Disalli, Aurora, Boni, Farm Frites**

recepçionam supermercadistas  
e demais convencionais com  
seus deliciosos produtos.





## A Original Marcas

Degustou no Encontro da Abase, o La Rambla, a qualidade do azeite espanhol no Brasil; e os Queijos Millano, de Minas Gerais, que preserva as características do autêntico e tradicional queijo reino.





INFORME



NOTAS,  
ANIVERSÁRIOS,  
CONVÊNIOS, GUIA  
DOS FORNECEDORES

**A Abase parabeniza a todos os seus associados e funcionários aniversariantes do mês de janeiro, desejando muitas felicidades e realizações.**

- 01 - Abenilton Leal de Souza  
CAMPANELLA ALIMENTOS
- 01 - Carlos Pinon Gonzalez  
AMERICAR VEÍCULOS
- 01 - Zildezia Ferreira Pinon  
AMERICAR VEÍCULOS
- 01 - Maria Clarete da Silva Sacramento  
BEM BARATO COM. DE ESTIVAS
- 01 - Francisco Galdos Anduaga  
SÃO MIGUEL LOGÍSTICA E DISTRIBUIDORA
- 01 - Clodoaldo Santos  
ATACADÃO DISTRIBUIÇÃO COMÉRCIO
- 03 - Flávio Nunes O. Moreira  
F A COMERCIAL DE ALIMENTOS
- 04 - Fernando Silva de Andrade  
MIX MIX COMÉRCIO DE ALIMENTOS
- 06 - Fernando da Silva Hora  
FHMI REPRESENTAÇÕES
- 08 - Hernanee Souza Borges  
HS BORGES E CIA
- 10 - Jutânia Nascimento dos S. de S.  
TALLINA COMERCIAL DE FRUTAS E VERDURAS
- 10 - Fábio Souza Santos  
F&W NOVA COMERCIAL DE ALIMENTOS
- 12 - Marcondes A. Tavares de Farias  
MAURICÉA ALIMENTOS DO NORDESTE
- 13 - Denis Santana Silva  
MERCADO NOVO HORIZONTE
- 14 - Luciano Machado Souza  
UNIBAHIA ATACADO
- 14 - Maria Unilce Alves Lima  
HIPERMERCADO DIA A DIA
- 15 - Ana Maria Santos Souza  
IRMÃOS VAZ & CIA LTDA
- 15 - Nagilton Gomes Medeiros  
MERSALUC COM. DE ALIMENTOS
- 16 - Arnaldo Araújo  
UNIBAHIA ATACADO
- 16 - Sônia Maria de Assis  
IOLANDA ROSA DE ASSIS
- 16 - Arnaldo Araújo  
THARSE SUPERMERCADO
- 17 - Diego Silva Barboza Bastos  
COM. DE ALIMENTOS
- 17 - Jailton Teles de Araújo  
MERCADO E LANCHONETE J C
- 17 - Diego Silva Barboza  
BASTOS E CARVALHO
- 18 - Gilmar Pereira de Oliveira  
NUMERC REDE DE SUPERMERCADO
- 18 - Deilson Carmo Serra  
DEILSON CARMO SERRA
- 19 - Mário Augusto Rocha Pithon  
DELI E CIA DELICATESSEN
- 20 - Lídio Alvares de Oliveira  
MERK - ABATE SUPERMERCADOS
- 20 - Sebastião Roberto Batista Neves  
SUPERMERCADO STELLA
- 21 - Joaldo Mascarenhas Assis  
NUMERC REDE DE SUPERMERCADO
- 21 - Gilson Souza Coulo  
COMERCIAL DE ALIM. FLOR CHAPADA
- 22 - Luiz André Silva Mascarenhas  
STAR COMÉRCIO E SERVIÇOS COM BALANÇAS
- 23 - Jocileide Sousa dos Anjos  
DELICATESSEN TUDO MAIS
- 24 - Antônio Carlos Pereira de Souza  
ANTÔNIO CARLOS PEREIRA DE SOUZA DE IRECÊ
- 25 - Layse Borges Barbosa Romeu  
DIST DE ALIMENTOS MIGUELENSE LTDA
- 25 - Ricardo Mutterle  
ANTÔNIO TADEU MUTERLE
- 25 - André Luiz Borges Santos  
HAPPY DAY BOMBIERE
- 26 - Jaciara Lima Oliveira Santana  
J LIMA OLIVEIRA SANTANA
- 26 - Antônio Ferreira Gonçalves  
ANTONIO FERREIRA GONC. COM. DE UTI DOMÉST.
- 27 - Sandra Maria Domingues  
NUTRIPET RAÇÕES E ALIMENTOS
- 27 - Tatiane Sampaio Mendes  
MERCADINHO MENDES
- 28 - Paulo César de O. Régis  
JOHNREGIS COM. DIST. E REP.
- 28 - Domingos Antônio de Souza  
DOMIGOS ANTÔNIO DE SOUZA
- 29 - João Vitor Souza dos Santos  
CONCEITO SERVIÇOS E PROMOÇÕES
- 29 - Angelika Huttner  
HUTTNER E COSTA
- 30 - Saiomara Oliveira de Andrade Monteiro  
SUPERMERCADO MEGA MIX
- 30 - Edjeferson Silva de Souza  
EDJEFERSON SILVA DE SOUZA REPRESENTAÇÕES

Para oferecer aos nossos associados convênios que beneficiem seus negócios, estamos reavaliando os antigos convênios e ampliando o leque de opções oferecidas. Aguardamos suas sugestões através do telefone: (71) 3444-2888.

**BARBACOA** - Concede aos associados da Abase desconto de 10% no fechamento total da conta, exceto nos cardápios promocionais. Contato: Talis Yuri - (71) 3342-4666 - eventos.salvador@barbacoa.com.br

**BANCO DO NORDESTE - AQUI O DESENVOLVIMENTO DÁ CERTO!** - Venha e confira nossas vantagens. Contato: Superintendência - BA Tel.: 3402-7511 - Célula de Negócios / Shirley Carvalho. shirleycm@bnb.gov.br

**CABALLEROS DE SANTIAGO (Espanhol)-Salvador/BA** - Oferece: desconto 20% sobre cursos regulares, intensivos e especiais do idioma espanhol, para Beneficiários: associados, funcionários e dependentes diretos - Contato: Leila (71) 3358-2279 - Home page: www.caballeros.com.br

**CIN** - Consultoria Empresarial - Prestação de produtos e serviços educacionais com desconto de 10% para os associados da Abase. Contato: Isabella Drumond - (71) 3172-8500 - eventos@cinrh.com.br

**COLÉGIO ANCHIETA** - Pituba, Itaigara e Bela Vista (Mantenedora Empreendimentos Educacionais Anchieta Ltda) Descontos, com vigência a partir do ano letivo de 2018, no percentual de 10% (dez por cento), para pagamento até os seus respectivos vencimentos, sobre as parcelas de março a novembro da anuidade escolar, para cada um dos filhos e/ou dependentes legais dos filiados da ABASE, matriculado(s) e/ou a serem matriculados regularmente nos cursos oferecidos pelo Colégio Anchieta, no turno vespertino, de ambas as sedes, sendo válido o referido desconto, apenas, a partir do mês em que ocorrer a solicitação pelo(a) responsável pelo(a) aluno(a) beneficiário(a), junto a Tesouraria do Colégio, em cada ano letivo.

**COLÉGIO ANCHIETINHA AQUARIUS** - (Mantenedor Centro Escolar Aquarius Ltda) Descontos no percentual de 10% (dez por cento), a partir do ano letivo de 2018, para pagamento até os seus respectivos vencimentos, sobre as parcelas de março a novembro da anuidade escolar, para cada um dos filhos e/ou dependentes legais dos filiados da ABASE, matriculado(s) e/ou a serem matriculados regularmente nas séries oferecidas pelo Colégio Anchieta (ANCHIETINHA - Aquarius), no turno vespertino, sendo válido o referido desconto, apenas a partir do mês em que ocorrer a solicitação pelo(a) responsável pelo(a) aluno(a) beneficiário(a), junto a Tesouraria do Colégio, em cada ano letivo. Telefone: (71) 2107-9600 email : agenfin@colegioanchieta-ba.com.br / pedagogica@colegioanchieta-ba.com.br .

**COLÉGIO SÃO PAULO** - (Mantenedor Colégio São Paulo - Estabelecimentos de Educação Ltda) Descontos, com vigência a partir do ano letivo de 2018, no percentual de 10% (dez por cento) para cada um dos filhos e/ou dependentes legais dos filiados da

ABASE, matriculado(s) e/ou a serem matriculados regularmente nos cursos oferecidos pelo Colégio São Paulo, no turno matutino e, de 15% (quinze por cento) para os matriculados no turno vespertino, sobre as parcelas de março a novembro da anuidade escolar, para pagamento até os seus respectivos vencimentos, sendo válido o referido desconto, apenas, a partir do mês em que ocorrer a solicitação pelo(a) responsável pelo(a) aluno(a) beneficiário(a), junto à Tesouraria do Colégio, em cada ano letivo. Telefone: (71) 2107-4600 email : csp@colegiosao-paulo.com.br.

**CONSULTORIA E ASSESSORIA JURÍDICA** - A Abase está oferecendo um exclusivo programa de consultoria jurídica através dos seguintes escritórios abaixo:

**FIEDRA ADVOCACIA** - Fiedra Advocacia Empresarial fecharam serviços jurídicos nas áreas de direito comercial, civil, trabalhista e tributário. Contato: (71) 3342-3884 ou por e-mail fiedra@fiedra.com.br.

**NOGUEIRA REIS ADVOGADOS** - Especializado em direito tributário. Contato: (71) 3555-3099/Fax. (71) 3555-3080 ou por e-mail secretaria@nogueira-reis.com.br.

**PESSOA & PESSOA ADVOGADOS ASSOCIADOS** - Concede aos associados Abase serviços advocatícios com preços bastante vantajosos, bem como, sistema de consultoria on-line. Contato: Valton Doria Pessoa - (71) 3176-4173 - valton@pessoaepessoa.com.br - www.pessoaepessoa.com.br

**DESENBÁHIA** - Linhas de Financiamento ao Público Supermercado - a Abase, consciente de seu papel agregador e institucional perante a classe supermercadista baiana, aderiu ao trabalho de fomento da Desenbahia através de um Convênio de Cooperação Técnica, que visa facilitar o acesso de seus filiados às linhas disponíveis na agência baiana de fomento. Central de Relacionamento com Clientes: 0800 285 1626 - Gerência de Negócios de Salvador e RMS - (71) 3103-1002 / 9-9627-1006 (Marko Svec) - Gerência de Negócios de Feira de Santana - (75) 3221-2153 / 9-9981-7666 (Ricardo Valois) - Gerência de Negócios de Vitória da Conquista - (77) 3424-1600 / 9-9968-3876 (Edson Sobrinho) - Gerência de Negócios de Barreiras - (77) 3611-3013 / 9-9968-3961 (Renato Freitas) - Gerência de Negócios de Ilhéus/Itabuna - (73) 3634-4068 / 9-9981-2656 (Helder Falk) - Gerência de Negócios de Teixeira de Freitas - (73) 3291-4744 / 9981-2733 (Thales Quadros)

**HONDA IMPERIAL** - Oferece carros novos para nossos associados com desconto de 6% abaixo da tabela de mercado. Contatos: Fone 71 - 2107-1500.

**ITAP CONSULTORIA TRIBUTÁRIA** - Oferece: 30% de desconto nos cursos realizados em todo estado da

Bahia - Contato: Ivana: (75) 3223-3771 / 0800 722 3771. www.itapconsultoria.com.br - itap@itapconsultoria.com.br

**MIX FISCAL INTELIGÊNCIA TRIBUTÁRIA** - Oferece: Consultoria tributária. Classificação fiscal de produtos com monitoramento diário, seja para produtos novos ou novas normas impostas pela Receita Federal ou Estadual, PIS, Cofins, NCM, ICMS, são alguns dos campos considerados. Descontos especiais para associados da Abase. Contato: Cristiane Souza - (75) 2101-3744 / 9-9194-0123, Ricardo Corêa - (74) 9-9104-9460 / 9-8843-4771 - comercialba@mixfiscal.com.br.

**OKEY DOKEY INDIOMAS LTDA** - Concede aos associados da Abase desconto de a 30% nos valores dos cursos em turmas (+6% para pagamento à vista). Contato: Jadson Araújo - (71) 3431-5096 / 9-8744-1309 - cursodeingles@okeydokeyindiombras.com.br - www.okeydokeyindiombras.com.br

**OPEN SYSTEM INFORMÁTICA LTDA** - Oferece: 1. Pagamento de software e serviços em até 05 parcelas, sendo parcela mínima de R\$ 500,00 - 2. Desconto de 15% em todos nossos produtos (softwares e serviços). - 3. Na aquisição de equipamentos frete gratuito e parcelamento em 03 vezes. - Contato: Wellington Borges - Tel: (71) 3186-9152 - Cel: (71) 9167-0341 - e-mail: wellington@opensystem.srv.br - site: www.opensystem.srv.br

**PEOPLE PRODUÇÕES** - Oferece: Equipamentos de sonorização, iluminação, balcões promocionais, projeções entre outros, para todo tipo de evento. - Desconto de 10 % no preço de tabela nas locações de equipamentos. - Contato: Fone: (71) 3248-2235 www.peopleproducoes.com.br - peopleeventos@atarde.com.br

**PRÓTON SISTEMAS** - Desconto de 25% em licenciamento dos produtos Próton ERP e Próton XE, adequados de supermercados; parcelamento em 5x sem juros. Contato: Adolfo Alves Pereira Neto Tel: (75) 2101-3744 / (75) 2101-3744 / (75) 9-9194-0123 - Skype: adolfoneto - E-mail: adolfino@protonistemas.com.br

**SUI GENERIS** - Consultoria Empresarial - Salvador/BA - Oferece: tarifa especial na contratação de estagiários (nível médio e nível universitário). Quando o estudante for indicado para contratação, a empresa contratante receberá da Sui Generis, um desconto de 5% (cinco por cento) na taxa de manutenção mensal; sendo o estudante selecionado e encaminhado pela Sui Generis para contratação, a empresa contratante receberá da Sui Generis, um desconto de 10% (dez por cento) na taxa de manutenção mensal. Empresas associadas - Contato: (71) 3341-2223/3488-4515 - Samira Tanure - site: www.suigenerisba.com.br ou e-mail: contato@suigenerisba.com.br

ATACADO / DISTRIBUIDOR

DISTRIBUIDOR

INDÚSTRIA

**Art Frut** - Contato: Sandoval Ramos Senna • Tel: (71) 3301-5479 • Email: vivafruta@hotmail.com • Produtos: Produtor e atacadista de produtos horti-fruti..

**Comercial Poligrãos Ltda** - Antônio Carlos Galvão Ribeiro • (71) 3521-3188 • poligraosba@uol.com.br • Produtos: Cereais, farináceos e rações.

**Feijão Alimenta** - Tel: (71) 3211-2360 • Fax: (71) 3211-2360 • feijaoalimenta@hotmail.com • Contato: Alexandre Medeiros Alves • Linha Feijão Elegante: Venda de Feijão (Mesa, VIP, Alimenta) Empacotado.

**Girolato Transportes e Atacadista de Ra-**

**Amanda Comercial de Alimentos** - Florencio Andrade, (71) 3244-6600 • amandacomercial@yahoo.com.br • Produtos: Farinha de Trigo e Manteiga.

**Araújo Mateus** - Eduardo Mateus Filho (71) 3507-3655 • eduardo@araujomateus.com.br • www.araujomateus.com.br • Produtos: Bacalhau, filés de peixe diversos, azeites, frutas secas, queijos, bebidas diversas, vegetais congelados, geléias, manteigas, margarinas, frios e embutidos, ingredientes da culinária oriental, além de outros congelados, resfriados e secos.

**Barão Comercial** - Jairo Ferreira (71) 3215-6687 • barao comercial@globo.com • Produtos: Feijão.

**Canaã Alimentos** - Contato: Victor Oliveira Tel: (71) 3617-8900 • victor.oliveira@canaalimentos.com.br • Produtos: Comércio atacadista de produtos de alimentos.

**Disk Bananas** - Maria Cleusa Lôbo - Tel: (71) 3301-6637 • (71) 3301-6161 • E-mail: diskbananas@hotmail.com • Produto: banana.

**Acetona Juliana** - Contato: (71) 3461-3875. E-mail: acetonajuliana@hotmail.com

**ARS Nordeste** - - Contato: Walter Brito Filho • Telefone: (71) 3288-7370 Fax: (71) 3378-3369.

**Brascom** - José Jorge Pereira Abreu • (75) 3625-5877 • comercial@brascomdonordeste.com.br / jose.bittencourt@brascomdonordeste.com.br • Produtos: Detergente em pó, desinfetante, ceras, removedores, detergentes de prato, piso, detergentes limpadores, desengraxantes, shampoo, limpa alumínio, silicone.

**Brasfrut Frutos do Brasil Ltda** - Contato: Marcos Barbosa Marques • Tel: (75) 2101-5500 • Email: marcosmarques@brasfrut.com.br • Produ-

**ções** - Contato: Daniel W. Potrich • Tel: (71) 3028-0891/99189-0891 - Lauro de Freitas/Ba • girollato@gmail.com.

**Mandacaru Representações Ltda.** Contato: José Carlos 71 98890-3939 / 71 3024-4784 E-mail: mandacaru.davaca@hotmail.com Produtos ou Serviços: Laticínios Davaca.

**Master Frios** - Contato: Raimundo Oliveira - Tel: (71) 3314-2520 - administracao@masterfrios.com.br • Produtos: Pescados, Aves, Crustáceos, Bovinos, Suínos e Embutidos

**Happy Day Bomboniere** - André Luiz Borges Santos • (71) 3234-4757 • andreborges67@hotmail.com • Produtos: Artigos de bomboniere e bebidas.

**Imperial Alimentos** - Igor Vieira da Silva • (71) 3395-7484 • rioimperial@hotmail.com • Produto: Feijão Milenium, Feijão Rio Imperial, Feijão Real, Feijão Fradinho Rio Imperial, Feijão Preto Rio Imperial, Feijão Branco Rio Imperial e Milho de Pipoca Rio Imperial.

**Inbahia Distribuidora** - Carlos Maia (73) 3528-0076 Fax: (73) 3525 6688 • inbahia@veloxmail.com.br • Produtos: Cera Ingleza, Bettanin, Kanechon, Cottonbaby, Hidraty e tratty.

**Johnrégis Com. Distr. e Representações** - Contato: Paulo Régis Telefone: (71) 3381-5736 • Fax: (71) 3381-5736 • pcregis@veloxmail.com.br • Distribuição das linhas: Havaiianas, Bettanin, Pilhas Panasonic, Minuano, Albany, Copag, Lâmpadas Artek, Milharil, Itambé.

**Melhor Distribuição** - Tel: (71) 3230-6113 • Contato : Argemiro Filho • melhor.alimentos@hotmail.com • Atacado distri-

tos: Polpa de Frutas, vegetais congelados, sobret de açai..

**Brasil Kirin Indústria de Bebidas S/A** - Contato: Marcel Maltez • Gerente Regional de Vendas ASD • Telefone: (71) 3878-8000 • Email: marcel.maltez@brasilkirin.com.br • Produtos: Cervejas, Refrigerantes, Sucos, Água mineral e Energéticos.

**Campanella** - Responsável: Santino Rodrigues - Tel: (71) 3451-3936/1623 - E-mail: ssa.campbell@gmail.com - Produtos: Queijos, logurtes, Suco de uva, mel.

**Flor do Vale** - Contato: Juvêncio Souza - (75) 3635-2233 - diretoria@flordovale.com - Produtos: Fabricação de Biscoitos.

**Mega Pack** - Contato: Ana Maria Pinto Cerqueira - Tel: (75) 3023-9600 - contato@megapackemb.com.br • Produtos: Embalagens Descartáveis.

**Mix Bahia Atacado** - Contato: Josué Teles Tel: (71) 3301-9889

**São Miguel Distribuidora** - Contato: Diego Modonese - Tel: (71) 3291-6481 • e-mail: diego.modonese@ism.global • Comércio atacadista de refrigerante, suco e água.

**Unibahia Atacado** - Contato: Arnaldo Araújo, (71) 3642-9421 • financeiro.unibahia@gmail.com • Produtos e Serviços: Central de Compras Unibahia.

buidor de alimentos

**MQI Pescados Ltda.** - Tel: (71) 3612-8404 - Contato: José Renato Alves da Silva - E-mail: renato.silva@mqipescados.com.br - Serviços: Venda de pescados, congelados e adjacentes.

**Nutri Bahia** - Tel: (71) 3132-8399 • guilherme@nutribahiadistribuidora.com.br • Empresa de distribuição de: ração animal (Lupus, Cedan, Pet Food Solution) , acessórios Pet (Furacão Pet), medicamentos (Chemitec, Kelldrin), produtos de limpeza (Start Química), biscoito recheado (Ki-Kakau), leite de coco (Frimonte), entre outros. Atuação em Salvador e região metropolitana.

**San Diego Comércio de Mercadorias Ltda.** - Contato: Lauro Azevedo - Tel. (71) 3018-0333 - Produtos: Alimentícios, Limpeza, Higiene Pessoal.

**Top Alto** - Contato: Jam Altes Fonseca • Tel: (71) 3616-3854 • Email:comercial@topalto-ba.com.br • Produtos: bovinos, suínos, aves, defumados, embutidos, derivados, pescados, sucos, vegetais, congelados.

**Frigorífico Saudali** - Contato: Weber Vaz de Melo • Tel: (31) 3819-2200 Fax: (31) 3819-2222 • E-mail: Eduardo@saudali.com.br / Cibeles@saudali.com.br • Produtos: Suínos in natura e derivados industrializados.

**Guanabara Indústrias Químicas** - comercialguanabara-ba@hotmail.com • Tel: (71) 3392-3811 • Produtos: Velas Luz Divina, Velas Pratas, Velas Promessa, Velas Guanabara, Cera líquida Rubi, Pedra Sanitária Rubi, Querosene Guanabara, Antimofo Rubi, Agurrás Guanabara, Velas Citronelas, Sabão em Pó Guanabara, Parafina, Desod. Líquido Rubi, Tira Manchas Bless, Sachets perfumados Rubi.

**Gujão Alimentos** - Dário M. de Oliveira - (75)

8106-9930 • darioneto@gujao.com • www.gujao.com  
• Produtos: frango congelado.

**Indústrias Reunidas Raymundo da Fonte** - Valdiney Maciel de Oliveira - vendasbahia@rfonte.com.br - Tel: (71) 3390-1800, (71) 3418-8058  
• Produtos: vinagre, sabonete, água sanitária, álcool, desinfetantes e desodorantes.

**Indústrias Anhembi - Q'boa** - Michael Oliveira (71) 2109-7999/ 7546-0418/ (71) 9213-2586/ (11) 97546-0418 • michael.oliveira@anhembind.br • Produtos: Água Sanitária, Alvejante Perfumado, Alvejante com Detergente, Amaciante e multiuso.

**Itaparica** - Contato: André Santana - Tel.: (71) 3386-8067 - Local: Salvador/BA - Produtos: Fabricação de leite de coco e azeite de dendê.

**Leitíssimo** - Contato: Dave Broad • Telefone: (61) 9631-4050 / (62) 3445-1360 • E-mail: dave@leitissimo.com.br • Produto: Leite líquido Leitíssimo

**La de Casa Indústria e Comércio de Alimentos** - Contato: (71) 3369-7964 • produtos: condimentos, doces, frutas secas, alhos in natura, alho triturado e alho frito .

**Limiar indústria e Comércio de Alimentos Ltda.** - Contato: Alane Lemos Costa • Tel: (71)

3198-4404 • comercial@grupolimiar.com.br • www.grupolimiar.com.br • Produtos: Panificação.

**M. Dias Branco S/A Ind. & Com. de Alimentos** - Contato: Gilberto Tadeu - Gerente Regional, gilberto.jorge@mdiasbranco.com.br – Sérgio Sá - Gerente Comercial, sergio.sa@mdiasbranco.com.br • Tel: 71 3413-7500 • Produtos: biscoitos, massas, margarinas e farinha de trigo.

**Maratá** - Tel: 79 3264-2800/2856 • Fax: 79 3254-2888/2817 • José Augusto Vieira – mkt@marata.com.br • Produtos: cafés, refrescos, sucos, condimentos, coloríficos, especiarias, descartáveis, vinagres, achocolatados (líquido e pó), molho de pimenta e molho inglês, chá e cereais de milho.

**Mico's** - Tel: (71) 3622-2395 • Produtos e Serviços: Produção e comercialização de Snacks de milho marca MICO's, Batata palha Slight, batata Crony, snacks de trigo marca Peticitiis, creme e gel dental Active, refresco em pó marca Sullper, Bebida mista Sullper, Fraldas descartáveis Active.

**Moinho Canuelas** - Daniel Horácio Ferri • Tel/ Fax: (71) 3616-2429 /9199-3782 • ferri@molca.com.br • Produtos: Farinha de trigo e Farelo de trigo.

**Ondunorte** - Andrei João (81) 2121.6767 • on-dunorte@ondunorte.com.br • Produtos: papéis e

papelão ondulado.

**Socóco** - Paulo Roberto Gomes • (82) 217-5614/71 • claudio.sococo@uol.com.br • Produtos: leite de coco, coco ralado, água de coco, doce de coco etc.

**Teiú** - José Luís Marinho (77) 3423-9400 • teiu@teiu.com.br • Produtos: sabão Super Teiú, glicerinado, coco, água sanitária, lava-louça, desinfetantes, sabonetes e esponja.

**Veneza** - Coop. Agropec. do Norte do Espírito Santo - Laércio Lavanhole (27) 3752-8888 . veneza@vенеza.coop.br . Produtos: Queijos tipo Tilsit, Prato, Mus-sarela e Cobocó; logurte, Bebida Láctea e derivados.

**Vitarella** – Sérgio Sá – (71) 9185-0733 – (71) 3413-7835 – ssa@vitarella.com.br – Produtos: Biscoitos e massas.

**Vovó Nize** - Contato: Débora Santana - Tel: (71) 3252-4070 - debora@vovonize.com.br - Serviços: Alimentação Natural.

**ZAB (Comolimpa Indústria Química)** - Contato: Ronaldo Livingstone Bulhões Ferreira e César Caires (77) 3420-6350 / (77) 3420-6369 • cc-aires@zab.ind.br • Produtos de Limpeza: Água Sanitária, Lava Louça, Desinfetante, Gel Pinho, Gel Floral, Multi-Usos Amaciante.

**Aço Motriz** - Tel.: (71) 99969-9614 / (71) 3381-3455 • contato: Neilton Gonçalves Produtos e serviços. Fabricação de porta automática, fabricação de porta de aço. Serviço de corte e dobra.

**AGÊNCIA 4P MKT SERVIÇOS PROMOCIONAIS** - (71)99187-0377 | e-mail:comercial5@4pmkt.com | Serviços de terceirização de mão de obra, promotores compartilhados, fixos, exclusivos, roteiristas e feiristas, repositores, degustadoras e ação de promoção de vendas em geral.

**Bomfim Contabilidade e Auditoria** - José Wellington - (71) 3251- 8050 • financeiro@bomfimnet.com • prestação de serviço de contabilidade.

**Conceito** - Tel: (71) 3022-0055 • financeiro@conceito-brasil.com.br • Serviço de promotor compartilhado e fixo, serviço de abordagem e degustação.

**Controller Assessoria Empresarial** – Empresa de contabilidade empresarial com Certificação da ISO 9000:2015. • Tel. (75) 3211-9606 - email:controller@controllerassessoria.com • Serviços: Contabilidade empresarial; Recuperação de crédito tributários; Planejamento tributário e Holding familiar • www.controllerassessoria.com.

**Costa Verde Tênis Clube** - Clube Social e Esportivo - Lazer e Cultura - (71) 3367-9805 - gerencia@cvtc.com.br

Judô, tênis, futebol, natação, beach tênis, ballet, krav maga, karatê, estética, pilates, fisioterapia, massagem, academia, outros.

**Dominium Stock** - Contato: Ana Teresa • (11) 2889-7550 • Fax: (11) 6889 7551 • anateresa@dominiumstock.com.br • Produtos: Serviços de promoção e merchandi-

sing, repositores, promotores, demonstradoras, degustadoras, recepcionistas de feiras, etc.

**Eduardo Dornelas Advogados Associados** - Contato: (71) 3271-2882 • eduardo@eduardodornelas.com.br • Serviços Advocáticos.

**Fazer Eventos e Buffet Ltda.** - Rosa Mendes (71) 3461 5916 • fazer@svn.com.br • Empresa especializada na realização de eventos promocionais e buffet, atuando há mais de dez anos em feiras, congressos, seminários, festas comemorativas e temáticas. Dispõe de recepcionistas, promotoras, limpeza, segurança e toda estrutura para montagem e operação de estandes etc.

**Icatu Bahia** - Tel: (71) (71) 3594 5300 - Contato: Heckel Pedreira - Email: icatu@icatabahia.com.br - Produtos: Terceirização de serviços; Promotores compartilhados e exclusivos, locação de mão de obra, recrutamento e seleção;

**Link Eventos** - Contato: Cláudia Ferreira Soares - Tel: (71) 3021-2610 - Email: claudia\_soares@linkeventos.com.br - Serviço: Organização de Eventos.

**Logic Logística Operador Logístico** - Contato: Daniel Muricy - Tel.: (71) 3178-7800 / 98627-6644 - E-mail:dmmuricy@logiclogistica.com.br - Site:www.logiclogistica.com.br - Serviços: armazenagem, transporte e distribuição, cross-docking, paletização e etiquetagem de produtos, separação (picking), embalagem (packing), montagem de kits e unitização, entre outros.

**Paula Consultoria** - Contato: Sueli de Paula • sueli@paulaconsultoria.com.br • Prestação de serviços de consultoria e treinamentos em planejamento, gestão, marketing e vendas; além de organização de feiras, rodadas de negócios, missões empresariais, congressos e seminários

**PCI Automação Comercial** - (71) 3384-6811 • ricardo@pciautomacao.com.br • Vendas de balanças, impressoras de cupons fiscais e não fiscais, leitores de código de barras, softwares, microcomputador, gavetas de dinheiro, suportes de monitor e leitor, impressoras de código de barras e suprimentos. Assistência técnica dos itens acima.

**Promo Prime Serviços e Promoções** - Contato : Fábio Andrade • Tel.: (71) 3141-4466 / 99316-0162 Email: comercial@promoprime.com.br • Produtos ou Serviços: Promotores, Repositores, Degustadoras, Ações de vendas.

**Produtos ou Serviços: Promotores, Repositores, Degustadoras, Ações de vendas. Próton Sistemas** – Tel:(75)2101-3744 proton@protonistemas.com.br • www.protonistemas.com.br • Representações: Software ERP, Software para Supermercados, Software para gestão de armazenagem, Consultoria Logística e Adm.

**Scala Assessoria e Representações** - Israel Souza (71) 3450-0848 • scalaassessoria@gmail.com • Serviços Prestados: Terceirização de mão-de-obra.

**Star Comércio e Serviços com Balanças Ltda.** - Eliana Moraes Lima • Tel: (71) 3334-2099 • star-balanças@starbalancas.com.br - Serviços: Vendas e assistência técnica em balanças comum e em rede, cortador de frios, moedor de carnes, serra fita e balcão refrigerado.

**WF Eventos** - Fábio • (71) 3257-4756, (71) 99628-3920 • fabiobaiao@wfpromo.com.br • Serviços: Marketing Promocional, produção de eventos, locação de material promocional, locação de equipamentos audiovisuais, comunicação visual.

**Belas Marcas Representações** – Salvador/Ba - Contato: Fernando Hora (71) 3382-4196 belasmarcasrepresentacoes@uol.com.br - Representações - Grupo Maratá - Catafesta Favos e Vinhos, Açúcar Petribu, Carta Fabril e Charque Sucrito.

**BR Gema** - Contato: Barreto • Telefone: (71) 3452-1978 - Celular: (71) 98119-7070 • E-mail: brgema@brgema.com.br • Representante das empresas: Embaré / Camponesa, vinhos duelo (Bebidas Florete), Start Química.

**Cabanelas Representações** - Manuel Cabanelas (71) 3357-4848 e (71) 3082-4848 • cabanelas@terra.com.br • Representações: Fábrica de Biscoito Tupy (Biscoitos, Massas), Coopnorte/Veneza (queijo, leite, iogurte), Termoplast Embalagens (sacolas plásticas, bobina, filme), Sâmara (sabão em pedra, sabão de coco e velas), Boi Nobre Frigorífico (carne bovina, vísceras), Boi Voador (carne de sol), Barão Comercial (feijão Barão, feijão Manolinho), Arima (redes plásticas, sacos de polipropileno), Guardanapo Nobre (guardanapos, papel higiênico, papel toalha), Macrofilm (filme esticável em bobinas).

**Carvalho Farias** - Comercio e Representações Ltda • Contato: Walter Rui Carvalho • (71) 99209 3712 carvalhofariasrep@yahoo.com.br • Produtos: Polenghi, Porto A Porto Importações, Massa leve, Leite Glória e Ceratti.

**Creditar em Vendas** - Contato: Tennysson Lima • Tel.: (75) 3022-5002 - creditar.vendas@gmail.com - Local: Feira de Santana/BA • Produtos: Leitíssimo; ICPA – Cêpera; Mantega Aviação; Frigorífico Vale Alimentos; Bonduelle do Brasil; Mustang PLuron; Acetona Juliana; Util Kiko Ltda.

**D & R Representações** - Derivaldo Pinto Oliveira • Tel: 71 3358 3539 e (71) 3358-3462• derepresentacao@hotmail.com • Produtos: Arroz Coradini; Macarrão Vicari; Requeijão Puranata; Doce de Leite Sabor de Minas; Vinagre Camarão, Goiabada Julieta, Creme de goiaba Hada, Feijão Padrão.

**Disbrarroz** – Distribuidora Brasileira de Arroz Ltda. - Valfrides Tadeu de Freitas (71) 3341-1809 • disbrarroz@terra.com.br • Representações: arroz Saman, feijão Kicaldo, óleo de girassol Angel, composto de girassol Campeonico, sacos para lixo Limpeza Pura

**Ferpall Tecnologia** - Contato: Jeferson Dala Riva – 41.3146-5073 / 99963-0726 / 99725-7400. Produtos e Serviços: desenvolvimento de softwares que atua no ramo de agronegócio, na rastreabilidade do FLV (frutas, legumes e verduras) na parte técnica do campo, partindo desde o produtor rural até chegar ao distribuidor e varejista. Para o varejista, softwares para controle de qualidade, check-list, ferramentas para externar ao consumidor final a procedência do produto.

**Fortuneto Representações** - (71) 3344-0809/98726-6070/98899-6070 – Fortunato Neto Representações: Laticínios Bela Vista ( Piracanjuba ), Goiás Verde Alimentos (Bonare), Camil Alimentos ( Camil, União, Coqueiro, Pescador e Cocinero) e Sustentare Alimentos (Tecnutri e Enjoy).

**Encantos da Bahia** – Contato: Carlos André Café dos Santos (71) 3304-2021 • encantosdabahia@hotmail.com • Produtos: Incensos de varetas e velas.

**Fernando J. Goulart Mota Repres.Ltda.** fmo-tagoulart@yahoo.com.br • Celular - (71) 99192-7559, (71) 99959-7559 • Pabx (71) 3374-3365 • Representante da Cooperativa Pindorama , Apis Jordans , Euroalimentos (Castanha de Caju), Ilpisa / Sunny (Valeodourado - Alimba) e Exportadora Florenzano (Castanha do Pará).

**Giro Representações Ltda.** - Tel: (71) 3335-1001

- Contato: Edinaldo Araújo Mota - Cel. (71) 9608-7037 – E-mail: giro13.rep@gmail.com - Produtos: Suíno resfriado (carcaça) Suíno cortes congelados (pernil, costela, carré e bisteca). Frangos e cortes congelados. Salgados, defumados, embutidos e pescados.

**Guanabara Representações** - São Sebastião do Passé - Tel/Fax: (71) 3392 3811 / 71 9918 9288 - Contato: Paula de Deus Sento Sé • paulasse@hotmail.com • Produtos: Velas Luz Divina, Sabão Guanabara, pedra sanitária, querosene, sachet perfumado, desinfetante líquido, antimofo, tira manchas, cera líquida.

**i2020 - (Ayumi Participações Ltda.)** Produtos ou Serviços: Meio de Pagamento Digital Para Contas Digitais e Cartões De Bonificações e Premiações e Cartão de Fidelidade.

**J N Sobral** - Contato: Marcos Sobral - Tel: (71) 3242-8034 - e-mail: jnsobral@terra.com.br - Produtos: Charque Bertin

**Jaceli Comércio e Representações Ltda.** - Contato: Célio Carvalho • Tel: 71 3251-4747 Fax: 3013-3167 • E-mail: jacellitda@gmail.com / jacellitda@hotmail.com • Serviços: Representação de produtos de limpeza Fontana e Radiante. Genêros alimentícios: leite Parmalat, Ibituruna e Olá, farinha Arco Verde, açúcar 5 Estrelas, Estrelina e Porto Brasil; cogumelos (Champignon) Aica; alho e condimentos (Produtos da Terra), inseticida Inset Xou; cosméticos (Multitrat); bebidas etc.

**J.M. Martins Representações** - Josiel Moura Martins (71) 3252-6939/ 3252-0121 • bjrm@veloxmail.com.br e controladoria@jmmartins.com.br • Representação comercial da Indústria Reunidas Raymundo da Fonte, ASA (Vitamilho e Palmeiron), Italac, Nutriday e Biscoitos Capricche.

**Jompassos & Cia** - José Oldegar M. Passos (71) 3273-8110 • oldegar@jompassos.com.br • Representações: Josapar, Bunge, Melitta e Palmeiron

**Kael Comércio e Representações** - Elísio Lobo (71) 3452-5082 - (71) 9971-0709 (71) 9978-5432 • kaelpresenta@uol.com.br • Produtos: Dipa, Leti, Milian, Saudali – saúde e qualidade em carnes suínas.

**Karis Representações** - Antônio Joaquim Júnior (71) 3503-0606 • junior.bahia@itambe.com.br • Representações: Itambé

**Laticínios Tirolez** - João Osmário - (71) 99908-1290 (escritório) - 99983-2001 (João Osmário) - Produtos: Queijos Tirolez - nevesmoorerepresentacao@gmail.com

**LFN Representações Ltda.** • Representante comercial de produtos alimentícios, bebidas, cosméticos e produtos químicos de higiene, limpeza e perfumaria. Site: www.amarcarepresentacoes.com.br • Contato: Lidio Neto 71 99251-0721

**Lobo Instalações Comerciais** - José Lobo (71) 3248-2594 • loboinstalacoescomerciais@yahoo.com.br • Produtos: gôndolas, checkouts, expositores frigoríficos, casa de máquinas, porta-pallet, câmaras frigoríficas, expositores em madeira, protetores e bancada inox.

**M&A Representações** - Marcus Vinicius Pereira da Silva • vendas@marepresentacoes.com.br • (71) 3240-4048 • Produto: Bello Charque, Cooperativa Arrozeira Extremosul, Laticínios Passa Quatro, Laticínios Bela Vista, Laticínios Curral de Minas.

**Mitidieri Representações Ltda.** - Vania Mitidieri • (71) 99982-9831 • vaniamitidieri@ig.com.br • Produtos: Bom

Coco e Serigy, Água Mineral Dias D'Ávila e Ritter.

**Original Marcas** - Roberto Garrido • Telefax:(71) 3016-2020 / 99633-6060 • originalmarcas@terra.com.br • Representações: Laticínios Nosso (queijo reino Milano e Palmyra, manteiga Milano, minas padrão Milano), ADM do Brasil (óleo Concordia e óleos especiais Vitaliv Milho, girassol e canola), Azeite Espanhol La Rambla.

**Palumbo & Câmara Representações** - Ismar Câmara • Tel.: (71) 3450-3754 • palumborepres@uol.com.br • Produtos: Álcool Santa Cruz, Cepêra Alimentos, Cia Canoinhas (Papel Higiênico Fofinho), Cristal (prendedores de roupas e palitos), CottonLine (higiene e cuidados pessoais).

**Pandini Representações** - Wanderley Pandini (73) 3632-5058 • pandini@globo.com • Representações: Produtos Veneza, Aguardente Rio do Engenho, Frigorífico Saudali.

**Representações Riograndense** - Jorge Garcia (71) 3273-8120 • (71) 9141-6606 • riograndense@riograndenserc.com.br • Representações: Josapar, Copobras, Memphis, Tirol.

**Ripem Importação e Exportação Motta Ltda.** - Tel: (71) 3241-1099, (71) 3013-2494 • rep.laticinios@gmail.com • Produtos: Laticínios Vigor (Queijos Cuia Jong, Jon-quinho, Mineirão, Mineirinho, MB).

**RMC&A Representações Ltda.** - Contato: Rochane Costa Caires - Tel: (71) 3419-0054 Fax: (71) 3322-4788 Cel: (71) 9611-6363 • E-mail: rmcbahia@gmail.com • Representações: Barrinhas – Importadora (Vinhos; Azeitonas; Azeites; Champagne; Licores; Tremoços; Tomate s/pele etc.); Vinicola Garibaldi (Vinhos e Espumantes; Sucos de Uva integral e orgânicos); Jamones Salamanca (Jamon/ Presuntos, Salames, Linguças Copa Cura; Lombo Curado etc.); Nor-Import (Vinhos; Proseco; Queijos; Azeites; Azeitonas; Atum importados, etc.); Queijos Rafit (Gran Formage, Queijo Ralado, Grana Padano, Romano, Parmegiano Reggiano, Peccorino, Azeite, Cremes de Leite, manteiga); Jacobpalm – (Palmitos Orgânicos King Of Palm).

**SB Oliveira Representações** - Antônio Oliveira (71) 3371-0809 • sboliveirarep@sboliveira.com.br • Empresas Representadas: Casa Flora Ltda., Porto A Porto Com. Imp. e Exp. Ltda., Fante Indústria de Bebidas Ltda., Rivoli Indústria e Comércio Ltda. Proativa, Aromy Brasile e Prolitriz.

**Somarte Representações** - César Martinez/Marcos Martinez (71) 2106-0060 • E-mail: somarterep@gmail.com • Representações: Grupo JBS Friboi (Kitute, Swift, Bordon e Anglo), Flora (Minuano, Albany, Assim, Brisa, Kolene, Francis, Neutrox etc.), Cristalcoop – copos descartáveis, Fiat Lux, Cricket, CCGL – Cooperativa Central Gaúcha (Leite em pó CCGL).

**MW Promoções de vendas** - Tel: (71) 98792-9622 • Marcos Vinicius • marcoswinits@hotmail.com.br • Produtos e Serviços: Palmito Natuvalle, Guarathon, Azeitonas Diza, Dentalclean, Lâmpadas Golden, Babyloo

**W Kraus Representações** - Waldemar Kraus • Tel: 71 3230 5414 • Fax: 71 3230 5414 • wkraus@uol.com.br • Produtos: Ind. e com. de café e queijos Lelo (queijos parmesão ralado Vale da Canastra e Relíquia da Canastra e manteiga Vale da Canastra ), Total química (produtos de limpeza – marca Sanol, automotivos – marca V8, cosméticos infante juvenis – marca 0a2, linha pet - marca Sanol Dog e Kdog) CRS Brands ( marcas Cereser, Dom Bosco, Cortezano, Chanceler, Vodka Kadov e Massimiliano), Fugini alimentos (atomatados, conserva, molhos, vegetais e doces).

## Crédito tributário da União: que tal vender?

MARCELA N. NOGUEIRA REIS

Advogada e Pós-Graduada em Compliance Corporativo



Em um País onde a carga tributária alcança 32,5% do PIB, o Contribuinte certamente ficaria surpreso ao descobrir a considerável disparidade entre o que se cobra e o que é efetivamente arrecadado. Sim: o Fisco enfrenta, neste momento, grave crise de eficiência em seu procedimento de Execução Fiscal, em um movimento de crescente insucesso na recuperação de créditos tributários inscritos na Dívida Ativa, restando frustrado o interesse público em ver satisfeitos os débitos fiscais. Fator agravante é que o crescimento vertiginoso do estoque da Dívida Ativa da União (ou DAU) não têm encontrado resposta institucional apropriada. De 2006 a 2017, quando a DAU quase que quintuplicou, alcançando alarmantes R\$ 1,84 trilhão, o efetivo de Procuradores aumentou pouco mais que 56%.

Considere-se ainda que uma elevada dose de conservadorismo fiscal e preciosismo costuma nublar a necessária aceitação de uma verdade singela: uma grande maioria de créditos simplesmente não será recuperada em sua totalidade, seja pela incapacidade do contribuinte em arcar com a dívida ou pela morosidade do sistema de execução, que torna o montante ainda mais alto e a cobrança ainda mais aguerrida. Chega a beirar a irresponsabilidade não aventar alternativas para um sistema que, no ano de 2015, foi exitoso na recuperação de apenas 0,9% do estoque da Dívida Ativa, abarrotando não apenas o Fisco mas o poder judiciário como um todo, com um número de processos que chegou em 2016 a ultrapassar os 7,4 milhões (ou cerca de 50% dos processos da Justiça Federal de primeira instância, com um baixo percentual de cerca de 3% que chega ao estágio do leilão de bens).

Com este quadro em mente, uma miríade de proposições tem sido recentemente apresentada, tanto por Parlamentares como por membros da comunidade jurídica, objetivando tornar mais eficiente a atividade arrecadatória do Fisco através da eliminação de excessos desnecessários e preciosismos burocráticos. Uma das mais importantes, e aquela à qual me dedicarei brevemente, é a reformulação do sistema de cobrança da dívida ativa consolidada através da regulamentação de sua securitização. Este conhecido instituto econômico consiste em nada mais que a transformação de uma dívida com um certo credor (neste caso, a União) em recurso financeiro imediato através da cessão de seu título, mediante operação de um deságio, para um novo credor (pessoa jurídica de direito privado). Tal medida, apesar da grande eficiência potencial, é de implementação delicada em vista da vasta polêmica legal que lhe circunda.

Dois fatores elementares são suficientes para construir uma argumentação solidamente favorável à aprovação de

um projeto que objetive a permissão da cessão, pelos entes federados, de seus créditos de baixa recuperabilidade a pessoas jurídicas de direito privado. Destarte, observe-se o notório descompasso entre a capacidade operacional do Fisco Federal e o esforço necessário para efetivamente (e tempestivamente) executar a cobrança do montante estimado em cerca de R\$ 1,84 trilhão atualmente mobilizado como DAU. O estoque da dívida ativa cresce exponencialmente em razão não apenas da inadimplência do contribuinte (que acarreta a incidência de multas sobre valores não pagos e constante correção monetária) mas também pelas inúmeras possibilidades de celebração de acordos e parcelamentos viáveis a certos créditos, o que impede a Fazenda Nacional de dar continuidade ao processo de cobrança por suspensa sua exigibilidade. Em suma, a própria atuação (ou sua falta, em razão das amarras a que se sujeita o ente público) do Estado, no polo ativo das execuções fiscais, é óbice à recuperabilidade do crédito, e portanto à efetivação dos ingressos ao erário, com aviltante percentual de 37% dos processos de execução fiscal sendo extintos por prescrição ou decadência.

O principal benefício da securitização, para além daqueles desfrutados pelo Fisco (que veria sua receita de curto prazo aumentar consideravelmente) é aquele dirigido ao mercado. Com a possibilidade de venda de valores mobiliários lastreados em títulos da dívida ativa, um mundo de novas oportunidades financeiras estaria aberto aos investidores interessados. Trata-se de medida salutar para a economia privada tanto quanto para os cofres públicos.

Lembremos, contudo, que não há milagre no mundo do direito: os Projetos de Lei apresentados até o momento, com destaque para os Projetos de Lei 204/2016 (Senado); 3.337 de 2015 e Projeto de Lei Complementar nº 181/2015, ainda não oferecem o melhor desenho para o instituto da securitização. Dificuldades como a vedação constitucional à realização de operações de crédito (como muitos críticos ainda classificam a Securitização) e a discussão sobre quais créditos securitizar (apenas os “podres”? Também os de recuperabilidade mais alta?) tornam provável que, mesmo que aprovadas, as Leis em questão sejam posteriormente questionadas judicialmente.

Resta, então, aguardar o amadurecimento dos Projetos e das discussões pelo Congresso Nacional. Manter vivo o debate no mercado, contudo, entre investidores, é tão importante quanto é essencial uma abrangente e incontestável reforma legal e também na forma de pensar a Execução Fiscal, de modo a viabilizar de maneira clara a cooperação entre Fisco e Particulares no esforço de transformar em receita o vultoso estoque de dívida sem prospecto algum.

## Medida Provisória Nº 905/2019 e o Contrato de Trabalho Verde e Amarelo

ROGÉRIO LIMA

Advogado trabalhista, Coordenador do Núcleo Trabalhista do Fiedra, Britto & Ferreira Neto Advocacia Empresarial



O Presidente da República instituiu o Contrato de Trabalho Verde e Amarelo através da Medida Provisória Nº 905, de 11 de novembro de 2019 – MP 905. Segundo a exposição de motivos do atual Ministro da Economia, a MP 905 tem o “objetivo estabelecer mecanismos que aumentem a empregabilidade, melhorem a inserção no mercado de trabalho e a ampliação de crédito para microempreendedores”.

Diante da novidade normativa, que possibilita a ampliação do mercado de trabalho com novas contratações e estabelece redução expressiva dos encargos incidentes sobre a folha de pagamento desses trabalhadores, resolvemos destacar os principais aspectos do Contrato Verde e Amarelo para o setor varejista, além de expor os pontos que devem ser observados para uma contratação segura.

A contratação somente será válida no período de 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020 (celebrado por prazo determinado, por até 24 meses, a critério da empresa contratante), e observará os seguintes requisitos:

- criação de novos postos de trabalho para as pessoas entre dezoito e vinte e nove anos de idade;
- o empregado novo não pode ter registro de empresa na Carteira de Trabalho e Previdência Social (a MP 905 não considera primeiro emprego os vínculos como menor aprendiz, contrato de experiência, trabalho intermitente e trabalho avulso);
- a quantidade de empregados Contrato Verde e Amarelo não poderá ultrapassar 20% do total de empregados da empresa, levando-se em consideração a folha de pagamentos do mês corrente de apuração;
- remuneração com salário-base mensal de até um salário mínimo e meio nacional.

Para estimular a contratação, a MP 905 reduziu significativamente os encargos incidentes sobre a folha de pagamento desses trabalhadores. O sistema “S” sofreu isenção, como também ocorreu em relação à contribuição previdenciária e salário-educação. Seguindo a linha liberal do Governo Federal, a MP 905 igualmente reduziu alíquota do depósito mensal

do FGTS para 2% e multa do FGTS de 40% para 20%, independente do motivo da rescisão.

A forma de pagamento pode ser acordada entre as partes, desde que inferior a um mês, momento em que o empregado receberá o pagamento imediato da: i) remuneração; ii) décimo terceiro salário proporcional; e iii) férias proporcionais com acréscimo de um terço; iv) a indenização sobre o saldo do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS.

Não houve alteração significativa quanto à jornada de trabalho, que poderá ser acrescida de horas extras, em número não excedente de duas, desde que estabelecido por acordo individual, convenção coletiva ou acordo coletivo de trabalho. Caso haja labor extraordinário, sem a devida compensação ou lançamento no banco de horas, a empresa deve pagar a hora extra com cinquenta por cento superior à remuneração da hora normal.

Como visto, as vantagens dessa modalidade de contratação beneficiam tanto a empresa quanto os novos empregados. Para o trabalhador é mais uma forma de inclusão no mercado de trabalho, principalmente porque admitem na qualidade de primeiro emprego. A empresa contratante, por sua vez, pode admitir novos funcionários com boa redução dos encargos trabalhistas.

No entanto, a MP 905 que foi publicada em 11 de novembro de 2019 tem vigência por sessenta dias, prorrogável por igual período, e para se transformar em lei precisa de aprovação do Congresso Nacional, inclusive suas possíveis emendas posteriores. Assim, como cautela e medida de segurança jurídica, a sugestão do momento é aguardar a decisão final do Congresso Nacional, que ocorrerá logo no início de março de 2020 para então implementar as alterações, ou já introduzir e acompanhar atentamente os desdobramentos da conversão ou não em lei.

**1 - Sob pena de ser convertido automaticamente em contrato por prazo indeterminado, ficando afastadas as disposições previstas nesta Medida Provisória.**



## Cortes suínos Sadia

A Sadia exibiu a sua linha de cortes suínos para supermercadistas e fornecedores baianos em um jantar com a participação especial do chef da marca Fellipe Flor, em 24 de outubro, no restaurante do Hotel Fasano, em Salvador (BA). Estavam presentes no evento o presidente e vice-presidente da Abase, Joel Feldman e João Cláudio Andrade Nunes (Joãosinho), sócio-proprietário da RedeMix, Demétrio Machado (sócio-proprietário do NovoMix), Eliana Santos e seu esposo Rubens Reis e sua irmã Cláudia Santos (Grupo São Roque).

Antes de iniciar o jantar, o diretor regional da BRF, João Bosco, e a gerente de marketing da categoria de suínos in natura da BRF, Fabiana Zanuto, agradeceram a presença dos convidados e divulgaram um vídeo institucional sobre a linha de cortes suínos – mostrando toda a cadeia da empresa, desde o grão consumido pelo animal até o produto no ponto de venda – e o trabalho desenvolvido pela Sadia, que se preocupa em primeiro lugar com a qualidade de seus produtos.

“A ideia do evento é aproximar cada vez mais a Sadia do varejista, reforçando esse elo importante da cadeia de proteína

A proposta é aumentar as opções de carne suína ao consumidor final

animal. Apresentamos as novidades da marca, que além de produtos práticos e com qualidade superior, oferecem inovação ao propor novos cortes suínos ao mercado. A nossa proposta é aumentar as opções de carne suína ao consumidor final dentro das lojas que ele frequenta”, explicou João Bosco, diretor regional da BRF.

Sobre o consumo de carnes suínas no mercado do Nordeste, João Bosco afirmou que “o mercado nordestino é quem mais consome carne suína no Brasil na modal Carré, que é a costela cerrada. Há um ano e meio começamos a trazer os cortes da Sadia e a aceitação foi enorme. Uma grata surpresa do consumo imediato dos produtos da marca. Hoje, amplamente divulgado no mercado não somente na Bahia como também em todo o Nordeste”, disse o executivo da BRF.

E, nesse sentido, o supermercado é o principal local em que o consumidor terá mais proximidade com a carne suína, além da oportunidade de conhecer a qualidade do produto que leva para casa. De acordo com a executiva, a exposição do produto no ponto de venda é fundamental para que o consumidor passe a considerar a compra da proteína no dia a dia. Além

disso, a capacitação dos profissionais dos açougues/mercados para que se tornem embaixadores desse segmento podem ser um diferencial competitivo.

O fato de o preço ser mais acessível que outros tipos de proteína tornam um dos principais fatores a aquecer o mercado de suínos no país. De acordo com a gerente de marketing da categoria de suínos in natura da BRF, Fabiana Zanuto, a companhia tem investido constantemente em inovação e no desenvolvimento de novos produtos do prático, fácil ao elaborado e com maior valor agregado. “Queremos que o consumidor tenha toda a facilidade em encontrar uma linha completa de carne suína e a veja como uma proteína democrática, sendo uma ótima opção que agrada diferentes bolsos e paladares”, acrescenta Fabiana.

Pensando nisso, a Sadia, que está presente na mesa do brasileiro há 75 anos, amplia seu portfólio e apresenta novos cortes congelados: são sete novas peças suínas in natura que garantem um grande repertório de receitas no dia a dia e inovam na hora de servir. São eles: Picanha, Alcatra, Coxão Mole, Coxão Duro, Patinho, Ponta de Costela e Copa Lombo. Além deles, a marca já atua no mercado com os cortes temperados da Linha Suíno Fácil (Pernil, Picanha e Lombo) e os Cortes Fatiados Sadia (Lombo, Filé Mignon e



Acima: Juarez, João Bosco, Roque, Joel, Joãosinho e Demetrius. Abaixo: Fabiana Zanuto e João Bosco concedem entrevista à Super Revista e na última foto, Fabiana recepciona convidados

Alcatra).

A marca sempre buscou estar próxima do consumidor e, entendendo a procura por refeições gostosas, práticas e rápidas, apresenta um mix com ainda mais opções que atendam a diferentes ocasiões de consumo. “Aliando a qualidade superior e conveniência que são característicos dos produtos da marca, queremos aproximar a carne suína do consumidor e mostrar como seu consumo cabe no dia a dia do brasileiro”, ressalta

Fabiana Zanuto.

De acordo com a executiva, o diferencial da Sadia de outras marcas é o controle da cadeia e a expertise nessa categoria. “A BRF, dona da marca Sadia, como indústria tem pesquisado muito e desenvolve e entende a cadeia que controla, diferente de outras indústrias que trabalha no mercado, ela tem 100% da cadeia nas mãos. Trabalha desde a genética do suíno até a sua finalização do produto no ponto de venda.”

## Jantar tem assinatura do chef Fellipe Flor

Logo após o coquetel de apresentação da linha de cortes suínos foi a vez dos convidados saborearem os pratos assinados pelo chef da Sadia Fellipe Flor, que serviu um jantar em quatro passos: uma entrada (polenta de trigo sarraceno com ragu de pernil Sadia), dois pratos principais (alcatra suína Sadia ao forno com purê de batata-baroa e costelinha suína Sadia ao molho cítrico com legumes braseados) e uma sobremesa (panna cotta com compota de frutas do Bosco) harmonizado com vinhos.

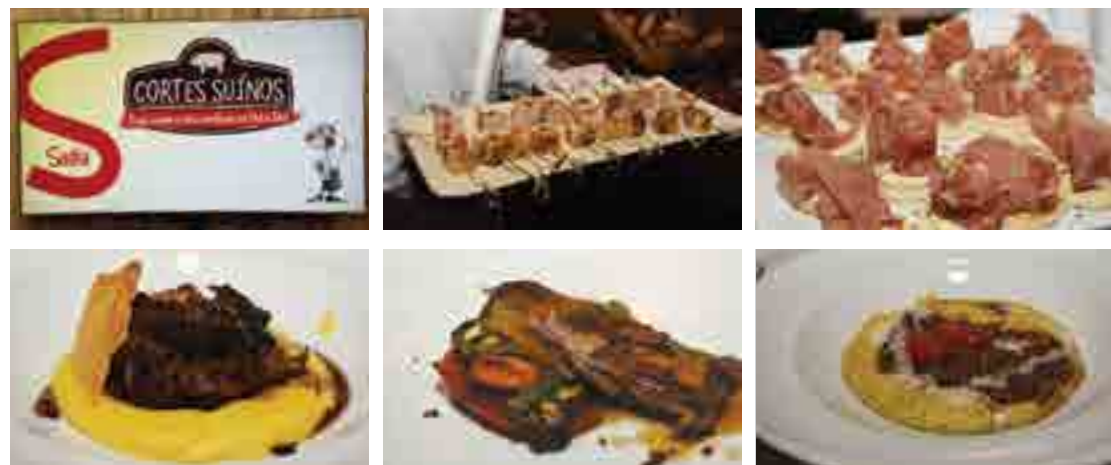
Para o chef o maior diferencial da Sadia é a qualidade dos produtos. "Se houver alguma dúvida com um lote, ele não sairá da fábrica. A qualidade de nossos produtos é um dos nossos compromissos inegociáveis, está em primeiro lugar e sempre será mantida. Quando pensamos Sadia já pensamos em qualidade superior, é uma premissa da marca e reconhecida no mercado de alimentos no Brasil e no mundo."

Com um ótimo custo-benefício, a carne suína garante um grande repertório de receitas ricas em sabor e que trazem a praticidade necessária no dia a dia. "A diversidade de cortes é um grande diferencial: alcatra, picanha, lombo, filet mignon e a costela, por exemplo, agradam diferentes tipos de paladar. Além disso, ela é versátil e fácil de ser preparada, pois não necessita de um longo tempo



de preparo, sendo uma ótima opção para acompanhamentos cítricos, agrídoces e picantes", explicou Fellipe Flor.

Há uma grande diversidade de cortes suínos que trazem um grande percentual de proteína de alto valor biológico e baixa quantidade em gorduras, como o lombo, alcatra e filé mignon. A carne suína ainda é funcional: fonte de ferro, potássio, zinco, fósforo e selênio, a carne de porco é rica em vitaminas como a B12 e possui mais vitamina B1, B3 e B6 quando comparado a outros tipos de proteína. O lombo suíno, por exemplo, fornece 31 gramas de proteína a cada 100 gramas e apenas 3 gramas de gordura, além de ter baixo teor de colesterol.



### MINUANO LANÇA A LINHA MÁXIMA PROTEÇÃO, COM TECNOLOGIA QUE CUIDA DAS ROUPAS.

Modernidade e competitividade nas duas principais categorias da cesta de limpeza.

- MARCA COM TECNOLOGIA TEX PROTECT, QUE PROTEGE O TECIDO CONTRA O DESGASTE DAS LAVAGENS.
- MAIOR CUIDADO E SOFISTICAÇÃO.
- O MÁXIMO DE VENDAS NA SUA GÔNDOLA.



LINHA MINUANO MÁXIMA PROTEÇÃO AMACIANTE DILUÍDO E CONCENTRADO EMBALAGENS DE 500 ML E 2 L DETERGENTE EM PÓ 500 G, 1 KG E 1,8 KG



[linhaminuano](#)  
Roupa limpa, perfumada e protegida: Minuano resolve.

