

Edição 367 | Ano 31 | Fevereiro 2026

SUPER



www.superrevista.com.br



superrevista

REVISTA



MULHERES QUE FAZEM O SETOR SUPERMERCADISTA NA BAHIA



AMANDA VASCONCELOS
(HIPERIDEAL)



CATIA SANDES
(UNIFRIO)



ANDRESSA PESTANA
(PROMOÇÕES)



AMANDA SIMÕES
(DÁSIM)

**ERMESON
BATISTA FALA
DA PARAMANA,
A INDÚSTRIA
BAIANA
QUE ESTÁ
CONQUISTANDO
O BRASIL**



**SAMUEL
ROSA JÁ ESTÁ
CONFIRMADO
PARA PARTICIPAR
DO 49º ENCONTRO
BAIANO**



Carnaval e Varejo: Ritmo, Experiência e Estratégia no Maior Período Festivo da Bahia

Fevereiro chega trazendo o ritmo que só a Bahia conhece. É o mês em que o ano ganha corpo, embalado pela energia do Carnaval, pela intensa movimentação das cidades e pelo expressivo aumento do consumo. Para o varejo supermercadista, esse período vai muito além de vendas aquecidas. Ele representa um dos momentos mais relevantes do calendário econômico e cultural do estado, exigindo preparo, sensibilidade e capacidade de resposta ágil. Os números confirmam essa relevância. De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o Carnaval de 2025 movimentou cerca de R\$ 12 bilhões na economia brasileira, registrando o melhor desempenho da última década. Na Bahia, o impacto é ainda mais significativo. Dados divulgados pela Secretaria de Turismo do Estado apontam que o período atraiu aproximadamente 3,5 milhões de visitantes, gerando cerca de R\$ 7 bilhões em movimentação econômica, com reflexos diretos no comércio, nos serviços e, especialmente, no setor de alimentos. Esse cenário altera de forma profunda a dinâmica do varejo. O fluxo de clientes aumenta, os horários se estendem e o comportamento de compra se adapta ao ritmo da festa. Bebidas, alimentos práticos, itens de conveniência e produtos voltados à celebração passam a liderar a cesta do consumidor. O período carnavalesco pode representar crescimento relevante no faturamento do comércio local, impulsionado tanto pelo consumo dos turistas quanto pelo aumento da demanda dos próprios baianos.

Mais do que abastecer, o desafio do varejo supermercadista nesse momento é acompanhar o ritmo do consumidor. Planejamento de estoque, logística eficiente, comunicação clara no ponto de venda e equipes bem preparadas tornam-se fatores decisivos. A Pesquisa Mensal do Comércio, do IBGE, indica que eventos de grande porte e datas sazonais impactam diretamente o desempenho do varejo, exigindo operações mais ágeis e decisões orientadas por dados para evitar rupturas e perdas. O Carnaval também é um tempo de conexão. Em meio à festa, o supermercado assume um papel essencial no cotidiano das pessoas, seja para quem recebe amigos em casa, para quem se organiza antes de sair ou para quem busca praticidade entre um compromisso e outro. Estar presente nesse contexto requer sensibilidade para compreender hábitos locais,



AMANDA VASCONCELOS

Presidente da Abase
presidencia@abase-ba.org.br

respeitar a cultura e valorizar a identidade baiana, que se expressa tanto na celebração quanto nas escolhas de consumo.

Para o varejo supermercadista, este é um período que combina estratégia e emoção. É preciso equilibrar eficiência operacional e experiência, velocidade e acolhimento. A loja deixa de ser apenas um ponto de compra e passa a integrar a preparação da festa, do encontro e da convivência. É nesse momento que o relacionamento com o cliente se fortalece e a marca se consolida como parceira do dia a dia.

O mês do carnaval simboliza esse encontro entre consumo e cultura, entre planejamento e improviso, entre trabalho intenso e celebração coletiva. Que o varejo baiano saiba seguir esse compasso com inteligência, proximidade e excelência, entregando não apenas produtos, mas experiências alinhadas ao ritmo. Porque, na Bahia, entender a festa é também entender o consumidor. E quem entende o consumidor constrói resultados consistentes, sustentáveis e relações duradouras.



O prato mais querido do brasileiro merece essa qualidade



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

SUMÁRIO

08



Lançamento do 49º Encontro Baiano de Supermercados reúne supermercadistas e fornecedores na Abase

21



Convenção 2026: Unifrio reúne em Santo Antônio de Jesus fornecedores de todo o Brasil

50



Grupo Zonta, no Paraná, promoveu mais de 1.200 colaboradores no ano de 2025

51



Grupo Master Vendas realiza em março, a 2ª edição do Dialogando com o Master, na sede da Abase

52



Executivos da Sandeleh Alimentos destacam expansão e consolidação da marca na Bahia, em visita à Super Revista

63



Fecomércio avalia economia e traça boas perspectivas para os setores de supermercados e turismo na Bahia

A família **cresceu**

**Novas versões 2L:
Lava-louças Clear e Maçã**



**Mais rendimento para o consumidor.
Mais giro e rentabilidade para o seu negócio.**

EXPEDIENTE

VIA DIRETA COMUNICAÇÃO

FUNDADORES

Jornalistas Benneh Amorin e José Benedito Simões

DIRETORES CONSELHEIROS

Benneh Amorin, Cleonice Amorim, Euclides Paiva Jr. e Janaina Saraiva Amorin

PRODUÇÃO E EDIÇÃO

REDAÇÃO

Diretor de Redação: Benneh Amorin
Editores: Eraldo Alves e Paullo Amancio



Administrativo-financeiro: Cleonice Amorim

Comercial: James Nei Sousa, Antony Amorim, Benneh Amorin e Cléo Amorim

Fotografias: Alex Fernando Amor Divino, Benneh Amorin, Carlos Henrique, Eraldo Alves, James Nei Sousa, divulgação e internet

Textos e reportagens: Jornalistas Benneh Amorin (DRT/BA - 840), Eraldo Alves (DRT/SE-748) e Paullo Amancio (DRT/BA - 1095).

Estagiária: Iale Sousa

Revisão: Nice Cândia

Design e Programação Visual: Charles Santana

Impressão: JB Gráfica - João Pessoa -Paraíba

Alcance desta edição impressa e digital: cerca de 30 mil leitores

PROGRAMA FALA BENNEH TV YOUTUBE



Apresentador: Benneh Amorin
(71) 9 9112-9967

YouTube: Fala Benneh

Instagram: @falabenneh

Repórteres:

Eraldo Alves e Paullo Amancio

Cinegrafista e Editor de Vídeos:

Alex Fernando

Comercial:

Anthony Amorim e Cleo Amorin



ÓRGÃO OFICIAL DE DIVULGAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO
BAIANA DE SUPERMERCADOS



- **PRESIDENTE-FUNDADOR** - Mamede Paes Mendonça (in memoriam)
- **PRESIDENTE VITALÍCIO/CONSELHEIRO** - Ailton de Melo Messias (in memoriam)
- **PRESIDENTE** - Amanda Vasconcelos Froes
- **VICE-PRESIDENTE ADMINISTRATIVO** - João Cláudio Andrade Nunes
- **VICE-PRESIDENTE FINANCEIRO** - Manuel Inácio da Fonseca Filho
- **VICE-PRESIDENTE DE ABASTECIMENTO** - Sávio Rubens Souza Andrade
- **VICE-PRESIDENTE JURÍDICO** - Roque Pereira de Oliveira
- **VICE-PRESIDENTE SINDICAL** - Teobaldo Luís da Costa
- **VICE-PRESIDENTE DE COMUNICAÇÃO** - Jolival José de Andrade
- **CONSELHO FISCAL EFETIVO** : Aelmo Sampaio de Oliveira, Miguel de Souza Dantas Filho e Itamar Gois Fontes
- **SUPLENTE** - Jéssica Menezes de Araújo Mizushima, Deise de Oliveira Brandão e Lindolfo Souza Andrade Netto
- **DIRETORIA DA ASSEMBLEIA GERAL** Presidente: Joel Feldman Júnior, 1º Secretário: Lucas Andrade de Jesus, 2º Secretário: Abdiel Bastos do Amaral
- **SINDSUPER** - Presidente - Gabriel Costa
- **Superintendente** - Mauro Rocha - abasegerencia@abase-ba.org.br;
- **Gerente Administrativo-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

ENDEREÇOS E CONTATOS VIA DIRETA COMUNICAÇÃO

SALVADOR - Avenida Tancredo Neves, 3343, CEMPRES - Centro Empresarial Prevonor,
Caminho das Árvores, Sala 609-Bloco B - Salvador - BA, CEP 41820-021 - Fones: (71)
3371-8467 (71) 9 9112-9967 / (71) 9 9226-0315 - financeiroviadireta@gmail.com

SÃO PAULO - Rua Domingos Paiva, 152 - Condomínio Piscine Station Resort II - Torre
Mar Vermelho, 607 - Brás, São Paulo - SP - CEP 03043-070 -
Fone: 71 99112-9967 - bennehamor@gmail.com

A MELHOR PIPOCA DO CARNAVAL COMEÇA NA SUA GÔNDOLA.



NO CARNAVAL, QUEM VENDE RÁPIDO SAI NA FRENTE.
OK CHIPS PIPOCA DOCE: LEVE, DEMOCRÁTICA
E COM ALTO GIRO PARA O SEU PONTO DE VENDA.

okalimentos.com.br salgadinhosokchips





AMANDA VASCONCELOS APRESENTA NOVIDADES DO 49º ENCONTRO BAIANO E DA SUPERBAHIA 2026

O lançamento do 49º Encontro Baiano de Supermercados reuniu supermercadistas, fornecedores e representantes da imprensa no auditório da Abase, no bairro de Armação, em Salvador, no dia 20 de janeiro. Tradicional no calendário do setor, o Encontro acontece anualmente no mês de novembro, na Praia do Forte, e a edição de 2026 já começou a ser planejada desde o início do ano.

A presidente da Abase, Amanda Vasconcelos, adiantou duas grandes atrações já confirmadas para o evento: o cantor Samuel Rosa, da banda Skank, e o palestrante João Branco, ex-vice-presidente de marketing do McDonald's e considerado pela Forbes um dos melhores profissionais de marketing do Brasil.

Além do lançamento do 49º Encontro, Amanda Vasconcelos também falou sobre a Superbahia 2026, que será realizada entre os dias 28 a 30 de julho, no Centro de Convenções de Salvador. Segundo ela, a procura pelos estandes já é intensa. "A demanda está grande e o recado para as indústrias é se antecipar para não ficar de fora da maior feira de varejo do Norte e Nordeste", destacou.

Amanda Vasconcelos apresenta para fornecedores as novidades do 49º Encontro Baiano de Supermercados

Na edição de 2025, a Feira Superbahia contou com 200 expositores, recebeu 25 mil visitantes e gerou cerca de R\$ 690 milhões em negócios. O evento também teve forte impacto social e ambiental, com a arrecadação de 1 tonelada de materiais recicláveis e mais de 8 mil quilos de alimentos destinados ao programa Bahia Sem Fome.



ESPECIALIZADOS EM TRANSPORTE PARA AS GRANDES REDES VAREJISTAS

DEZENAS DE
MILHARES DE ENTREGAS
BEM-SUCEDIDAS

AGÉIS EM
DISPONIBILIZAR OS
VEÍCULOS SOLICITADOS

ENTREGUES
COM SEGURANÇA
E PONTUALIDADE

CARGAS
100%
SEGURADAS



JS Transportadora

ENTRE EM CONTATO CONOSCO!

(71) 9.8479-4380



www.jstransportadora.com.br



comercial@jstransportadora.com.br





MAURO ROCHA AFIRMA QUE SUPERBAHIA JÁ ESTÁ COM 60% DOS ESPAÇOS FECHADOS E TERÁ MAIS DE 200 ESTANDES

O superintendente da Abase, Mauro Rocha, destacou a satisfação em receber fornecedores, associados e a imprensa na sede da entidade. “É um prazer conversar mais uma vez com a Super Revista e receber nossos parceiros para falar do Encontro Baiano, que já é tradicional no setor. É um evento único, realizado em um resort como o Tivoli Ecoresort, com programação intensa de palestras, lançamentos de produtos, fortalecimento de relacionamento entre indústria e supermercadistas, além de muito networking e geração de negócios. Estamos muito felizes em receber mais de 200 convidados. A casa está cheia”, afirmou.

Mauro Rocha também reforçou o crescimento da Feira Superbahia, que já está com 60% dos espaços comercializados. “A Superbahia, hoje a maior feira do Norte e Nordeste, terá mais de 200 expositores e expectativa de receber mais de 30 mil visitantes. Estamos muito felizes em ver esses dois grandes eventos da Abase crescendo e se consolidando ainda mais.”

Sobre as atrações confirmadas para o 49º

Mauro Rocha agradeceu a presença de fornecedores e supermercadistas na apresentação dos dois eventos

Encontro, Mauro destacou a importância de João Branco para o varejo brasileiro. “Ele é um grande especialista, já foi vice-presidente de marketing do McDonald’s e está entre os dez maiores palestrantes do país. Será uma palestra imperdível. E teremos também uma atração nacional de peso, Samuel Rosa, já com contrato assinado. A recomendação é garantir logo a reserva dos apartamentos, pois a comerciali-

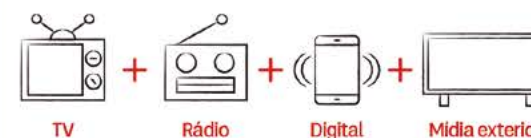


SÃO BRAZ. QUALIDADE E SABOR PARA A VIDA DAS PESSOAS.



Ao longo de sete décadas de história, a São Braz é referência na indústria de alimentos do Nordeste. Sua jornada de sucesso é marcada por constante inovação e investimentos em tecnologia e no desenvolvimento humano. Em seu portfólio, oferece mais de 200 opções de itens que chegam diariamente à mesa de milhões de consumidores. Marcas como Novomilho e Pippo's Vitaminado estão entre as favoritas em seus segmentos, assim como a granola, os temperos e coloríficos e a linha completa de cafés São Braz. É hora de proporcionar essa qualidade aos seus clientes e garantir sucesso em suas prateleiras.

Forte presença na mídia



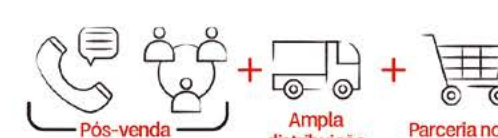
TV

Rádio

Digital

Mídia exterior

Logística e pós-venda



Pós-venda

Ampla distribuição

Parceria no PDV

- QUALIDADE NO PÓS-VENDA • PONTUALIDADE NA ENTREGA • PRESENÇA NO PDV
- INVESTIMENTO CONSTANTE EM MÍDIA (TV, RÁDIO, DIGITAL E MÍDIA EXTERIOR)





zação deve se esgotar rapidamente.”

Os interessados em participar da Superbahia ou do 49º Encontro Baiano de Supermercados podem entrar em contato diretamente com a Abase. “Estou à disposição diariamente, pelo WhatsApp ou pelo telefone da Abase, para apresentar as condições comerciais e falar tanto sobre os espaços da Feira quanto sobre o Encontro”, explicou Mauro.

Encerrando, o superintendente agradeceu à imprensa e aos parceiros. “São 15 anos realizando esse trabalho que tanto gosto, acompanhando a Superbahia, o Encontro Baiano e outros eventos da Abase. Agradeço à Super Revista, nosso veículo oficial, e a toda a equipe, especialmente a Benneh Amorin, que há mais de 30 anos realiza um trabalho com muito profissionalismo”.



Onde encontrar os produtos Josapar na Bahia

Representações Riograndense
Salvador e região metropolitana
(71) 3273 8120

JOM Passos e Cia Ltda.
Salvador e região metropolitana
(71) 3273 8110

HMP Representações
Região Norte
(71) 99972 8410

Bruna Representações
Itabuna
(73) 99983 1052

SS Representações Ltda.
Barreiras
(77) 98134 6638

JE Dinâmica Representações
Vitória da Conquista
(77) 99117 9539

Josapar

100 ANOS
ALIMENTANDO
HISTÓRIAS



O sabor
que renova
cada refeição



📞 77 3451-6393

@sempreverdealimentos





FORNECEDORES DESTACAM A IMPORTÂNCIA DO 49º ENCONTRO E DA SUPERBAHIA PARA O VAREJO

A Super Revista conversou com Cristina Malvessi, CEO da Prontu Alimentos; Catia Sandes, CEO da Unifrio Equipamentos; e Fernanda Sodré, CEO da Sodré Confeitaria, que destacaram a relevância do 49º Encontro Baiano de Supermercados e da Superbahia 2026 para o setor varejista do Norte e Nordeste.

“Viemos prestigiar a abertu-

ra do ano e já projetar os próximos encontros de 2026. A Prontu Alimentos estará presente nos dois eventos da Abase, contribuindo para o fortalecimento do setor. Nosso papel é fazer a economia girar e os negócios acontecerem, e nada melhor do que uma associação forte para impulsionar o mercado”, afirmou Cristina Malvessi.

Ela ressaltou ainda que a importância da Feira só é plenamente compreendida por quem participa. “Quem não faz parte da Superbahia não consegue medir o seu potencial. Para o Grupo Prontu, o resultado foi extremamente positivo, pois é o momento de receber diretamente o nosso principal parceiro, o supermercadista. Na Feira, abrimos

Os jornalistas Benneh Amorin e Eraldo Alves entrevistam Fernanda Sodré, Cristina Malvessi e Catia Sandes



Para todos os gostos.
Para todos os públicos.
Para fidelizar. Para comemorar,
PARAMAR e PARA VENDER MUITO.

Bebidas com qualidade premium e variedade que atendem desde o consumidor popular ao paladar mais exigente.



PARAMAR
COMERCIAL DE BEBIDAS LTDA



Entre em contato.
Atendimento
personalizado.



literalmente a nossa casa para esse relacionamento.”

Para Catia Sandes, a parceira da Unifrio com a Abase e com a Superbahia vem de longa data e surpreende a cada edição. “É uma feira que reúne lojistas do setor supermercadista em um grande evento de networking e conexões, trazendo muito valor para Sal-

vador e para todo o Nordeste. A Unifrio estará presente com seus parceiros e fornecedores e esperamos receber clientes em nosso estande”.

Já Fernanda Sodré destacou a satisfação em apresentar os produtos da Sodré Confeitaria durante o café de lançamento do 49º Encontro. “A Superbahia é fundamental,

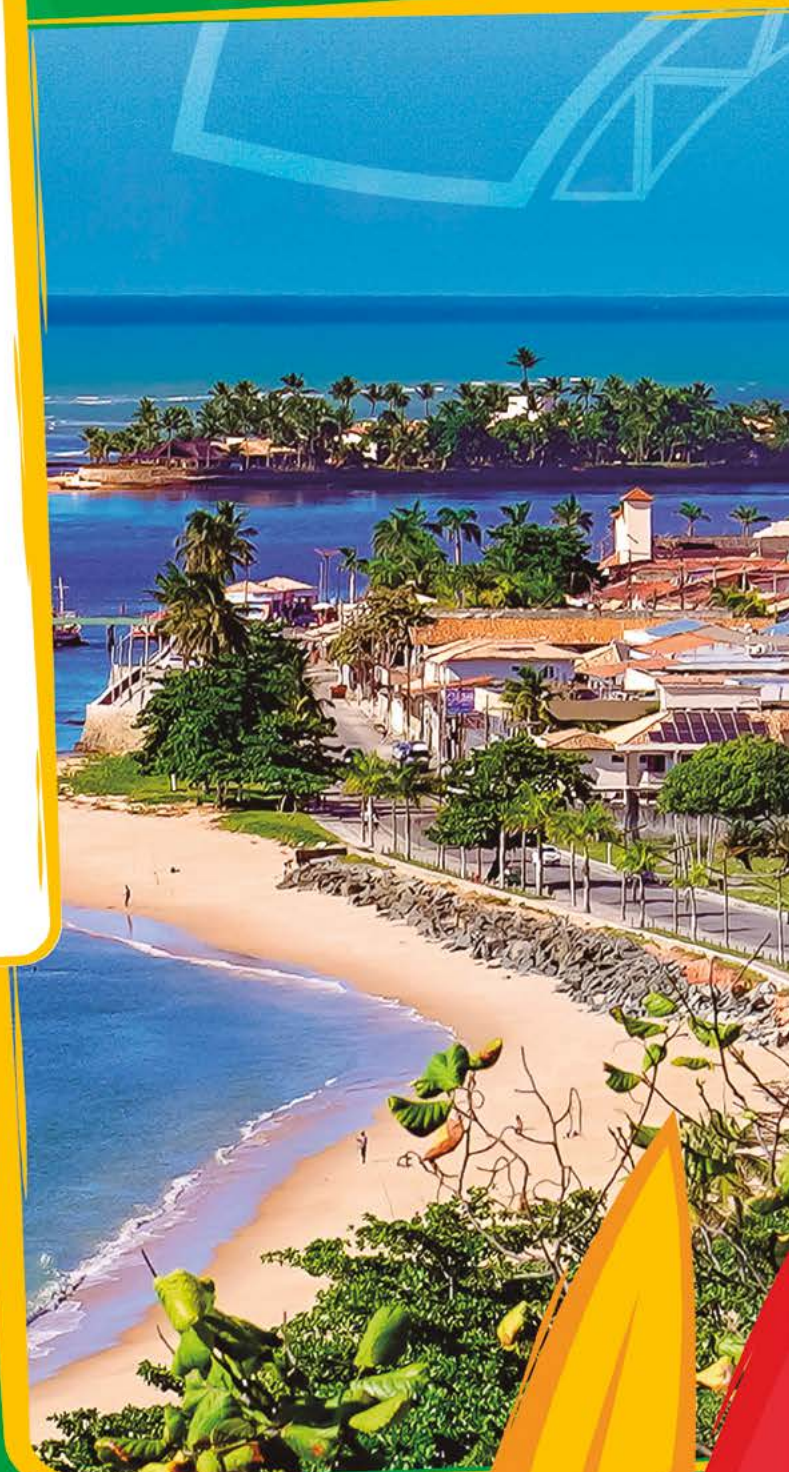
especialmente para fornecedores que estão começando. Além disso, o Encontro Baiano proporciona uma grande confraternização entre supermercadistas e fornecedores, com momentos de descontração, networking e diversas oportunidades para as marcas divulgarem seus produtos ao longo do evento”.



II Encontro
Febtur
PORTO SEGURO
12 A 17 DE MAIO

Quem comunica turismo com propósito não pode ficar de fora.

Porto Seguro recebe cerca de 130 jornalistas de turismo do Brasil e do exterior para vivenciar e divulgar os atrativos do destino. A ação, com participação da Prefeitura e apoio do trade local, fortalece a comunicação estratégica e a imagem do destino nos principais mercados emissores.



TEEXTO: PAULO AMANCIO ENTREVISTA: BENNEH AMORIN - FOTOS: ARQUIVO, CARLOS HENRIQUE E DIVULGAÇÃO

Amanda fala da expansão da rede, saída de Portugal e de parceria com fornecedores



Amanda Vasconcelos, diretora comercial de marketing e Tecnologia do Hiperideal traça boas perspectivas para 2026

marcando um novo momento para a empresa e para o bairro, que vive um intenso crescimento imobiliário. Amanda conta que a reforma já estava nos planos da empresa, mas o atual cenário de expansão da região acelerou o projeto.

O projeto vai além da modernização da loja. O espaço dará lugar a duas torres residenciais que serão construídas imediatamente. No térreo, funcionará uma nova unidade do Hiperideal, seguindo uma tendência mundial que integra moradia e conveniência no mesmo endereço. “Serão dois condomínios de imediato, um primeiro e embaixo uma loja, uma tendência mundial. A gente já vinha pesquisando isso. Em São Paulo você já encontra muitos edifícios com loja embaixo”, explicou Amanda.

A proposta une praticidade, valorização imobiliária e fortalecimento do comércio local. A repercussão inicial já tem sido bastante positiva. Segundo Amanda, os comentários nas redes sociais demonstram o entusiasmo da comunidade. Além da modernização da estrutura física, o projeto simboliza um investimento direto na valorização do bairro. “O Hiperideal valorizando o bairro. Isso é muito bom quando a gente chega em um bairro e a comunidade fala assim: ‘Meu prédio agora vale mais porque tem um Hiperideal do lado’. A gente fica muito feliz”, afirmou.

Expansão contínua

Mas os planos da rede não param por aí. O Hiperideal segue em ritmo de crescimento e pretende ampliar ainda mais sua presença no mercado. Atualmente, a empresa conta com 28 lojas próprias, partindo para a de número 29, e mais quatro unidades autônomas, gerando cerca de 3.450 empregos diretos.

Ainda este ano, a rede inaugura uma nova unidade no bairro Aquarius. “A gente já vai começar a nossa obra e, no primeiro semestre, até junho, acredito que inauguramos essa

A diretora Comercial, Marketing e Tecnologia do Hiperideal, Amanda Vasconcelos, em entrevista à Super Revista, falou do movimento de expansão da rede, dos motivos do fechamento dos negócios em Portugal e de outros empreendimentos que estão na sua pauta para 2026.

De acordo com Amanda, em primeiro lugar será feita uma grande transformação na loja do Hiperideal em Jaguaribe, que vai ser fechada para sofrer uma “mega repaginada”,





loja”, explicou Amanda. Apesar do crescimento, a estratégia da empresa não é pautada apenas por metas numéricas. “A gente não fica com a meta fechada de ‘vamos inaugurar 10 lojas este ano’. Se aparecer um ponto que faça sentido, a gente vai investir”, ressaltou.

O foco, segundo ela, está na qualidade e na experiência oferecida ao cliente. “A gente quer cuidar das nossas lojas, do nosso mix, oferecer sempre um produto e um serviço de muita qualidade. A gente brinca que não vende arroz e feijão, a gente vende uma experiência total de compras e acho que é por isso que o consumidor valoriza o Hiperideal”, ressaltou.

A empresa tem também uma delicatessen, que ela chama de padoca, dentro do condomínio Le Parc, em Feira de Santana, que continua com o padrão que ela diz gostar, com um mix interessante e diferenciado, incluindo restaurantes como o Dilliana, Priscila Diniz e agora o I-Food. “O interior pede muito uma loja do Hiperideal, a gente recebe muita demanda nesse sentido, mas temos que pensar direitinho para chegar nas cidades com o nosso padrão de qualidade”, explica.

Saída de Portugal e foco total no Brasil

Dentro desse movimento estratégico, a Amanda anunciou também o encerramento da operação em Portugal. A venda foi concluída no dia 1º de janeiro, após dois anos de atuação no país europeu. “Foi uma experiência incrível”, destacou Amanda. Segundo ela, João Gualberto e Humberto chegaram a se mudar

A loja de Jaguaribe será totalmente repaginada e ficará acoplada a um moderno edifício residencial



Hiperideal, uma das mais requintadas redes da cidade, com lojas localizadas nos melhores bairros, irá inaugurar este ano a sua 29ª unidade, desta vez, no bairro Aquarius/Pituba, foi das primeiras redes no Brasil a atender aos seus clientes via aplicativo

para Portugal no início da operação, mas posteriormente decidiram retornar ao Brasil. Com a proposta de compra da operação, a venda acabou fazendo sentido para a empresa.

“A gente sabe como é o varejo, que precisa do dono ali colado. Esse intercâmbio estava ficando complicado, exigia muita dedicação lá fora, e a gente quer expandir ainda bastante aqui pela Bahia”, explicou. Amanda ressaltou que a recepção em Portugal foi muito positiva, tanto por parte dos portugueses quanto da comunidade brasileira que vive no país. “Quem sabe um dia a gente volta, no futuro. Mas hoje a gente resolveu realmente focar ainda mais no nosso negócio aqui no Brasil.”

Segundo Amanda Vasconcelos, o sucesso da empresa está diretamente ligado a três grandes pilares: clientes, fornecedores e colaboradores. “O Hiperideal acredita muito que sem a parceria dos fornecedores a empresa não estaria onde está. O ideal é o cuidado com os nossos clientes, a parceria com os nossos fornecedores e com o nosso time. São os três grandes pilares do nosso negócio”, afirmou.

Ela destaca que a empresa não acredita em relações isoladas de vantagem. “A gente só existe porque tem parceiros. A gente não acredita mais nesse ganha-ganha. Se for vencedor, ganha todo mundo junto.” A rede mantém parcerias tanto com grandes multinacionais quanto com fornecedores locais, valorizando especialmente os empreendedores da região. O Hiperideal, inclusive, se posiciona como vitrine para marcas locais que buscam

Amanda Vasconcelos concede entrevista a Benneh Amorin

crescimento. “O Hiperideal é referência em dar oportunidade para os fornecedores locais começarem, terem visibilidade e, quem sabe, daqui não saírem grandes empresas”, reforçou Amanda.

Além dos parceiros comerciais, os clientes ocupam papel central na estratégia da rede. Amanda fez ainda questão de agradecer a parceria ao longo de 2025 e reafirmar o compromisso da empresa com a melhoria contínua. E deixou uma mensagem: “Quero agradecer a parceria de 2025. A gente é superfocado em atender cada dia melhor, de superar. O bom aqui é pouco, a gente vai atrás sempre do ótimo, do melhor”.

Ela ressaltou ainda que o consumidor é visto como peça-chave nas decisões da empresa. “A gente ouve muito nossos clientes. São eles que a gente fala que são nossos patrões de verdade. Tudo que vem de feedback, opinião e sugestão, a gente pega, coloca em prática e trabalha para fazer ainda melhor, para superar todas as expectativas”, finalizou.



SOMARTE
representações

40 ANOS

71 2106-0060 99106-5342 somarterep@gmail.com

MARCAS REPRESENTADAS

CCGL Leite de verdade

TOURINHO

COOPER CHARQUE

FIAT LUX

MAIS SUINOS

CABO VERDE

fonplast FONPLAST DESCARTÁVEIS

PILÃO

M
MFIGUEIREDO
REPRESENTAÇÕES LTDA

Davaca

TEIÚ

Discarne

DU REI

comercial1@mfvendas.com.br | 75 3623.1138

DUOVO
OVOS DE QUALIDADE E COM A GENTE

"SE QUER IR RÁPIDO, VÁ SÓ.
SE QUER IR LONGE, FAÇA AS
PARCERIAS CERTAS."

@duovo.official - falecom@duovo.com.br
www.duovo.com.br - 71 3383-0818 - 71 99757-0818

PC PALUMBO & CÂMARA
REPRESENTAÇÕES COMERCIAIS LTDA

Higie Topp

cepêra

santa cruz

Cia Canoinhas

INDÚSTRIA LUZ DA VIDA

Cristal

71 3450-3754 71 99918-1966 | palumborepres@uol.com.br

NORGE

DANIJONES APÓSTOLO SANTOS

Representante para o Estado da Bahia
Charque JS e Charque da Terra
danijonessantos@gmail.com
71 9 8151-2236

Charque da Terra

Carne bovina sazonada e desossada

Charque Ponta de Agulha

Charque JS

AR
Ativa Representações

QUEIJOS SCALA

suinco Premiada

verde campo

71 9 9291-2763 Hélio Batista
ativarepresentacoes4@gmail.com

Federicci
Queijos

Produzido com a mesma excelência
dos Queijeiros Italianos

TOP

(71) 3016-8400 / federicci1978@gmail.com

UNIFRIO
INSTALAÇÕES COMERCIAIS



UNIFRIO REÚNE EM SANTO ANTÔNIO DE JESUS FORNECEDORES DE TODO O BRASIL PARA SUA CONVENÇÃO

A Unifrio Equipamentos realizou a Convenção 2026 em sua sede, localizada em Santo Antônio de Jesus, no Recôncavo Baiano, em 17 de janeiro último. O evento reuniu clientes de todo o Nordeste e fornecedores de diversas regiões do Brasil, consolidando-se como um importante momento de networking, troca de experiências e apresentação de novidades do setor. Entre as marcas expositoras estão Imeca, Bermar, Skymssen, Toledo do Brasil, Fricon, Refrimate, Gelopar e GPaniz. A **Unifrio** é uma revenda especializada em oferecer as melhores soluções em equipamentos e serviços para clientes dos segmentos de Padarias, Supermercados, Açougues, Abatedouros, Lanchonete e Restaurantes entre outros congêneres, além de itens para escritórios. A **Unifrio** foi fundada em 12 de abril de 1982, baseada na necessidade para melhor atender esses segmentos. Com base no desenvolvimento tecnológico, humano e dedicado, oferece cumplicidade na criação de soluções condizentes à realidade específica de cada cliente, gerando, assim, bem-estar e experiências positivas a todos os envolvidos. Tem como missão, a evolução contínua do mercado e o bem-estar das pessoas.

Catia Sandes atribui sucesso da Unifrio, às boas parcerias firmadas com seus fornecedores

Durante a convenção, a CEO da **Unifrio**, Catia Sandes, destacou o sucesso das parcerias firmadas com os fornecedores, que contribuíram diretamente para o expressivo crescimento da empresa em 2025. Na ocasião, ela anunciou que o showroom montado com os stands das marcas expositoras permanecerá disponível de forma permanente na sede da Unifrio ao longo de

todo o ano, proporcionando maior proximidade, experiência e comodidade aos clientes.

“Este ano a convenção foi pensada para receber, para ser um ambiente de relacionamento, troca de ideias, inovação e apresentação de lançamentos. A **Unifrio** e a **Perffeto** estão sempre trabalhando incansavelmente para atender o mercado com excelência. Esse espaço ficará aberto o ano todo para clientes de todo o Nordeste e do Recôncavo Baiano conhecerem de perto as novidades”, ressaltou Catia.

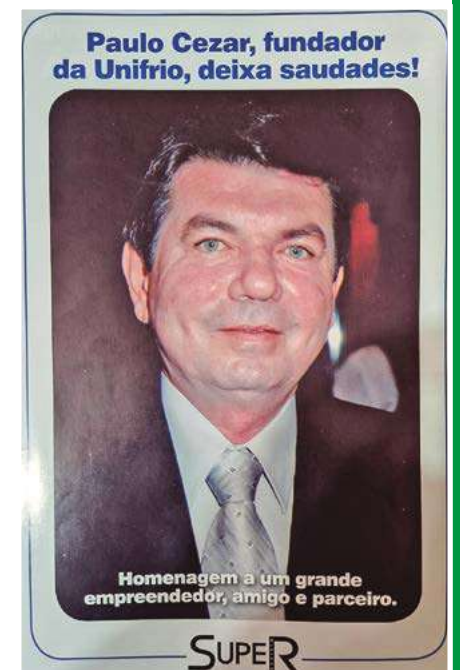
A CEO também destacou os serviços oferecidos pela empresa, como projetos em 3D gratuitos, layoutização de lojas e suporte completo para supermercadistas que estejam reformando, ampliando ou implantando novos pontos comerciais. “O cliente pode elaborar todo o seu projeto aqui com nossa equipe, sem custo algum. Estamos sempre inovando e buscando as melhores soluções para o mercado”, completou.

Em seu discurso de boas-vindas, Catia prestou uma emocionante homenagem ao fundador da **Unifrio**, Paulo Cezar (in memoriam), seu ex-marido, lembrando a dedicação e o legado deixado por ele no mercado supermercadista baiano.

“Paulo sempre teve a **Unifrio** como uma extensão da nossa casa. Aqui é uma família, onde sempre houve um cuidado especial em atender o mercado com excelência. Ele foi uma pessoa digna, honrada e muito respeitada. Minha missão é honrar esse legado, os colaboradores, clientes, parceiros e amigos que confiam no projeto que ele construiu”, declarou.

Sobre as marcas presentes no

Catia Sandes e a sua filha Sofia, unidas em prol do desenvolvimento da Unifrio



Demonstrando otimismo, Catia Sandes falou sobre as expectativas para o ano de 2026 e também aproveitou para fazer uma homenagem ao fundador da Unifrio, o seu saudoso esposo, Paulo Cezar

showroom, Catia explicou que o espaço foi montado no primeiro andar da sede e conta com produtos voltados principalmente para refrigeração de linha baixa, além de equipamentos para panificação e lanchonetes. Entre as marcas expositoras estavam Imecato, Bermar, Skymssen, Toledo do Brasil, Fricon, Refrimate, Gelopar e GPaniz.

Ao falar das expectativas para 2026, a CEO demonstrou otimismo. “Tivemos um excelente resultado em 2025 e a expectativa para 2026 é ainda maior. O mercado

alimentício segue em expansão e cada vez mais busca excelência. Estamos nos preparando para atender essa demanda com novas estratégias e inovação constante”, afirmou.

Catia também comentou sobre o papel da mulher à frente de uma empresa. “Lugar de mulher é onde ela quiser. Independente de ser homem ou mulher, o importante é dar o melhor de si. Eu me dedico de corpo e alma, com alegria, fé e compromisso em fazer sempre o melhor”, pontuou.

Sofia Sandes revela desejo de seguir os passos da mãe na empresa

Durante o evento, Sofia Sandes, filha de Catia, também conversou com a imprensa e falou do orgulho que sente ao acompanhar o trabalho da mãe. Ela revelou o desejo de seguir os mesmos passos e dar continuidade ao legado da família.

“É uma satisfação muito grande ver todo o esforço e dedicação da minha mãe para manter e fazer a empresa crescer. Ver tudo isso evoluindo é motivo de muito orgulho”, afirmou Sofia.

Questionada se pretende atuar na empresa no futuro, ela respondeu com convicção: “Com certeza. É um dos meus maiores sonhos. Meu pai deixou esse legado e minha mãe abraçou com todo amor e carinho. Eu também quero fazer parte disso”.

Sofia finalizou destacando sua admiração pela mãe: “A senhora representa tudo para mim. Tenho uma gratidão imensa e um orgulho enorme por tudo o que a senhora construiu. Eu te amo muito”.



Expositores destacam parceria com a Unifrio durante a Convenção

Durante a Convenção Unifrio 2026, expositores reforçaram a importância da parceria com a empresa e destacaram a proximidade construída ao longo dos anos com o mercado. Jair Campelo, supervisor comercial da Prix – Toledo do Brasil, falou à Super

Revista sobre a longa relação com a Unifrio. Segundo ele, a convenção é um momento estratégico para fortalecer laços.

“Essa parceria com a Unifrio já vem de longa data e essa convenção é fantástica. A Toledo do Brasil terá aqui na Unifrio um estande permanente durante todo o ano, o que traz uma maior proximidade com o cliente final, tanto com a indústria quanto com a Uni-

frio”, ressaltou Jair Campelo.

Fábio Franco, gerente comercial da Skymssen, também destacou a parceria e relembrou a trajetória da empresa. Fundada em 1963, em Brusque (SC), a Skymssen está presente em todo o território nacional, do Sul ao Norte



Eraldo Alves entrevista Jair Campelo, da Prix/Toledo e Fábio Franco, da Skymssen



e Nordeste, com representantes em todas as regiões. “Há mais de 60 anos, a Skymssen pesquisa, desenvolve, fabrica e comercializa máquinas e equipamentos para o processamento de alimentos, impulsionando a produtividade de operações de foodservice no Brasil e no mundo”, afirmou.

Já Wagner Edias, coordenador comercial da Fricon, enfatizou a parceria

sólida de mais de duas décadas com a Unifrio. “Somos parceiros da Unifrio há mais de 20 anos, uma parceria consistente que cresce a cada ano. A Fricon é uma empresa de origem portuguesa, está no Brasil há 30 anos e vem se destacando no mercado pela qualidade de seus produtos e pelo excelente atendimento”, destacou.

Claudenir Biscanse, supervisor comercial da Bermar, também ressaltou a relação de longa data com a Unifrio. “A Bermar mantém uma

parceria forte de 25 anos com a Unifrio. Somos especialistas em produtos para supermercados, açougues, restaurantes e tudo o que envolve a comercialização de alimentos. Com 40 anos de mercado, a empresa está localizada em São José do Rio Preto, no interior de São Paulo, e tem um compromisso constante com a qualidade de seus produtos”, concluiu.

Wagner Edias, Fricon, e Claudemir Biscanse, Bermar, concedem entrevista a Eraldo





Queijos Millano

Sabor e tradição em cada fatia

Queijo Reino (Bambino, Cuia e Lata) e Queijo Minas Padrão



Original
marcas.

(71) 3016-2020 - (71) 9 9633-6060



queijosmillano.com.br



GUANABARA®
INDÚSTRIAS QUÍMICAS LTDA

VELAS
LUZ
DIVINA



71 3392-3811

comercialguanabara.bahia@gmail.com

Polpa de Fruta

união

A polpa que você gosta



O suco da polpa



71 3351-9400 @polpauniao @delifrutoficial



REPRESENTANTE
71 3082-4848

talita@cabanelas.com.br

FRANGO
FRESQUINHO

É da Gujão, é de confiança

+ Carne
+ Sabor
+ Segurança



75 3622.2000
gujao.com

dáSim!



DÁSIM, A FORÇA BAIANA DE PRODUTOS DE LIMPEZA QUE NASCE EM DIAS D'ÁVILA PARA CONQUISTAR O BRASIL

A dáSim Química, indústria de produtos de limpeza, inaugurou oficialmente sua nova fábrica no município de Dias d'Ávila, dia 30 de janeiro de 2026, marcando um importante passo na expansão da empresa e no fortalecimento da economia local. Segundo Amanda Simões, sócia-fundadora, mais do que inaugurar uma fábrica, a dàSim está investindo no desenvolvimento da região e na valorização da mão de obra local. "A geração de empregos e o impacto positivo na economia de Dias d'Ávila fazem parte do propósito da dáSim desde o início".



Amanda Simões destaca a importância de lançar uma marca com raízes baiana

A cidade de Dias d'Ávila, localizada na Região Metropolitana de Salvador, ganhou recentemente um importante reforço para sua economia e para o setor industrial baiano. Foi inaugurada a fábrica dáSim, empresa de produtos de limpeza que nasce com o propósito de unir qualidade, inovação e identidade regional. A iniciativa é liderada por Amanda Simões, sócia-fundadora, que destacou a emoção e relevância de lançar uma marca com raízes baianas e que carre-

ga em seu sugestivo nome um traço cultural da região.

Segundo Amanda, o nome dáSim foi escolhido para reforçar a positividade e o otimismo que a empresa deseja transmitir. "Aqui na Bahia, quando alguém pergunta se dá para fazer alguma coisa, a resposta é sempre 'dá, sim'. Esse jeito nosso de falar inspirou a marca. Queremos que ela seja reconhecida como baiana, otimista e comprometida com o fortalecimento da economia local e estadual", afirmou durante a inauguração.

A fábrica chega com uma linha diversificada de produtos, pensados para atender às necessidades do dia a dia das famílias brasileiras. Entre os destaques estão os kits multiuso, ideais para limpeza de banheiro e cozinha, além dos limpadores com fragrân-

cias de alta performance, cuidadosamente selecionadas para proporcionar ambientes mais agradáveis.

O grande carro-chefe, no entanto, é o lava-roupas dáSim, resultado de um estudo químico aprofundado que garantiu alta qualidade e eficiência. "Foi muito gratificante perceber que conseguimos desenvolver um produto realmente diferenciado. Nosso foco é sempre a qualidade, mas sem deixar de lado o preço acessível para o consumidor", explicou Amanda.

A inauguração da fábrica representa também um marco para o desenvolvimento econômico de Dias d'Ávila. A empresa prevê a geração de cem empregos diretos e indiretos, priorizando a contratação de mão de obra local. "Sempre buscamos potencializar o pessoal da região, porque acreditamos

que fortalecer a economia de Dias d'Ávila é fortalecer a Bahia como um todo", destacou a empresária.

O impacto da dáSim já começa a ser sentido no mercado. A marca está entrando nas principais redes supermercadistas e tem planos de expansão rápida e gradual para alcançar todos os mercados da Bahia e, posteriormente, do Brasil. A presença da empresa na Superbahia, uma das maiores feiras supermercadistas do estado, já está confirmada, com um estande exclusivo para apresentar seus produtos ao público e aos empresários do setor.

A proposta da dáSim vai além da fabricação de produtos de limpeza. A empresa busca consolidar-se como uma marca que valoriza a cultura baiana, promove o desenvolvimento regional e oferece soluções práticas e

acessíveis para os consumidores. O otimismo presente no nome reflete a visão de futuro da companhia, que pretende se tornar referência nacional no segmento.

Com a inauguração, Dias d'Ávila ganha não apenas uma nova indústria, mas também um símbolo de empreendedorismo e inovação. A dáSim surge como exemplo de como iniciativas locais podem se transformar em projetos de grande alcance, fortalecendo a economia e levando a identidade baiana para todo o país.

Amanda Simões entre o marido Cyro Valentini, com a filha Francesca Valentini; e com os pais César Pereira e Rubianara Simões



Amanda Simões estava radiante na inauguração da fábrica dáSim, que chega com uma linha diversificada de produtos de limpeza e higiene do lar, pensados para atender às necessidades do dia a dia das famílias



Prefeito de Dias D'Ávila, Alberto Castro, destaca fortalecimento da economia do município com novos empreendimentos

A inauguração da fábrica dáSim, em Dias d'Ávila, não apenas movimentou o setor industrial, mas também gerou grande repercussão no município. O prefeito Alberto Castro destacou a importância do empreendimento para a cidade e para a população local.

Segundo ele, a chegada da empresa representa geração de empregos, fortalecimento da economia e novas perspectivas de prosperidade. “A gente está muito feliz. Agradecemos a oportunidade desses empresários acreditarem no município, trazer sua empresa para cá. Vai gerar emprego, movimentar a economia, trazer alegria e prosperidade para Dias d'Ávila”, afirmou.

O prefeito lembrou que recentemente foi inaugurado o Atakarejo, empreendimento que gerou cerca de 400 empregos, e ressaltou que a cidade está em busca constante de novas empresas. “Quanto mais empresas vierem, melhor. Já temos propostas de outras companhias interessadas em se instalar aqui. Hoje, em especial, celebramos a dáSim, que

Amanda Simões com a sua filhinha, Francesca Valentini, momentos antes de cortar a fita simbólica



Convidados, autoridades, empresários, representante comercial e de entidades empresariais, como a Asdab, amigos e colaboradores participaram da inauguração da nova fábrica dáSim, em Dias d'Ávila

chega para somar e fortalecer nossa economia”, disse.

Alberto Castro reforçou que a gestão municipal está de braços abertos para receber novos investimentos. “Toda empresa que chega à cidade é prosperidade, gera emprego e movimenta a economia. Estamos de portas abertas para quem quiser se instalar em Dias d'Ávila”, garantiu.

O prefeito também falou sobre sua administração, atualmente em segundo mandato. Ele destacou avanços como pavimentação de ruas, inauguração de postos de saúde, reformas de escolas e projetos culturais e esportivos. “Encontramos a cidade com dívidas e problemas, mas conseguimos organizar as finanças. Agora trabalhamos cada vez mais pela prosperidade, com foco em atrair empresas para gerar emprego, que é nossa maior necessidade”, explicou.

O prefeito de Dias d'Ávila, Alberto Castro, saudou a chegada da dáSim, dizendo que estava muito feliz, pois a empresa traz emprego e renda para o município





Amanda Simões com o secretário de Desenvolvimento Econômico da Bahia, Ângelo Almeida e o conselheiro do Tribunal de Contas do Estado da Bahia, Josias Gomes; cumprimentando a baiana e, na seguinte, com Ângelo Almeida e o ex-deputado Arnando Lessa

Secretário da Indústria, Ângelo Almeida, destaca a importância da dãSim para o desenvolvimento do Estado da Bahia

Durante a inauguração da fábrica dãSim, em Dias d'Ávila, o secretário de Desenvolvimento Econômico da Bahia, Ângelo Almeida, representando o governador Jerônimo Rodrigues, ressaltou a relevância do empreendimento para o estado e para o setor químico baiano.

Ele iniciou agradecendo a oportunidade e parabenizando a direção da empresa, em nome da presidente Amanda Simões. “Tanto o governador quanto todos nós trabalhamos juntos, remando o barco na mesma direção: a atração de novos investimentos e a ampliação de plantas já implantadas. A inauguração da dãSim é um retrato da força do empreendedorismo baiano, que com criatividade

supera desafios”, afirmou.

Ângelo destacou que, apesar das dificuldades enfrentadas pelo setor químico nacional, a Bahia tem se diferenciado com avanços importantes nos segmentos de saneantes e cosméticos. “O crescimento do setor de saneantes na Bahia tem se destacado em relação à política nacional. Tivemos aproximadamente 5,4% de crescimento, superando bastante o desempenho nacional. Isso mostra que o polo petroquímico e químico de Camaçari e da Região Metropolitana gera emprego e alavanca o desenvolvimento da economia baiana”, explicou.

O secretário também ressaltou a política de benefícios fiscais do governo es-



tadual e as parcerias com bancos públicos, especialmente o Banco do Nordeste, como fundamentais para atrair novos investimentos e apoiar a expansão de empresas já instaladas. “Nossa política de atração, somada às parcerias financeiras, tem construído novas avenidas de oportunidades. A dãSim é uma empresa jovem que assume o desafio de enfrentar o período pós-pandemia com muito sucesso, e isso merece reconhecimento”, concluiu.

A fala de Ângelo Almeida reforça o papel estratégico da Bahia como polo de inovação e desenvolvimento industrial, destacando que iniciativas como a dãSim fortalecem não apenas a economia local, mas também a competitividade do estado no cenário nacional.

Secretário de Desenvolvimento Econômico representou o governador da Bahia, Jerônimo Rodrigues





Executivos da dáSim destacam tecnologia aplicada às fragrâncias inovadoras dos produtos

A Super Revista conversou com Lucas Polito Guimarães, diretor industrial da dáSim Química, e Brenda Andrade Farias, diretora financeira da empresa, durante a inauguração da nova fábrica no município de Dias d'Ávila, no dia 30 de janeiro de 2026. O evento marca um importante passo na expansão da companhia e no fortalecimento da economia local.

Segundo Lucas Polito, os consumidores podem esperar produtos com alto nível de

tecnologia. “A gente vem pensando em fragrâncias inovadoras e operações sustentáveis justamente para entregar ao cliente aquilo que muitas vezes ele não encontra a um preço acessível. Hoje, a Bahia consome muito mais do que produz: o estado fabrica apenas cerca de 20% da demanda que consome. Então, chegamos com a proposta de abraçar ainda mais os produtos baianos, focando em tecnologia de fragrâncias, eficiência e alto rendimento. A ideia é levar esses produtos não só para a Bahia, mas com força para todo o Nordeste”, destacou.

O diretor industrial também ressaltou a ambição da empresa em se tornar referência no setor. “Nossa missão é sermos a empresa referência da Bahia até 2031 e do Nordeste até 2035”, afirmou. Já a diretora financeira, Brenda Andrade Farias, enfatizou a geração de empregos no município de Dias d'Ávila. “A dáSim chegou com uma visão cla-

Jornalista Eraldo Alves, entre os diretores da dáSim, Brenda Farias, financeiro, e Lucas Polito, industrial



ra de desenvolvimento regional. Abrimos um quantitativo de 100 vagas; algumas já foram preenchidas e seguimos em processo de contratação”, explicou.

Brenda também destacou a satisfação com a inauguração da unidade. “É um dia de enorme alegria. Aqui somamos todos os nossos esforços e percebemos como é gratificante todo esse caminho até hoje. Esperamos que seja um sucesso, tanto para a empresa quanto para todos os nossos futuros clientes”, completou.

Sobre a escolha das fragrâncias, Lucas explicou que o processo é criterioso e diferenciado. “É um processo bastante delicado. Reunimos nossos fornecedores, comparti-

lhamos ideias — que muitas vezes são bem diferentes do que eles imaginam — porque chegamos com uma proposta inovadora. Eles apresentam uma variedade de fragrâncias, nós testamos, aplicamos, levamos para casa, pedimos feedback de pessoas de confiança e só depois de todas as aprovações é que a fragrância entra no produto”, detalhou.

Segundo ele, esse cuidado é um dos grandes diferenciais da marca. “A dáSim ouve a dona de casa, ouve o consumidor antes mesmo de colocar o produto nas prateleiras dos supermercados. Essa sempre foi a nossa ideia: ouvir o cliente e, a partir disso, entregar um produto que realmente atenda às expectativas”, concluiu.

Paulo Daniel, do Total Supermercados, fala em parceria



A Super Revista conversou com Paulo Daniel, gerente do Total Supermercados do bairro Santa Helena, em Dias d'Ávila, durante a inauguração da dáSim Química. Paulo destacou a relevância da chegada de uma indústria de produtos de limpeza desse porte à cidade. Ele destacou a importância da dáSim, em Dias d'Ávila:

“É de extrema importância ter uma empresa como essa instalada em Dias d'Ávila, pois ela gera empregos, movimentar a economia e cria oportunidades de parceria com os supermercados locais. O Total fica muito feliz em participar desse momento e em iniciar uma parceria com a dáSim”, afirmou.



A DISALLI ESTÁ DE CARA NOVA COM A QUALIDADE E A EXCELÊNCIA QUE VOCÊ JÁ CONHECE!



Disalli
alimentos

O ITEM QUE VOCÊ PRECISA PARA O SEU CHURRASCO, NA BONI VOCÊ ENCONTRA!

CARNE DE SOL - ESPETINHOS - COXINHA DA ASA
COSTELA - FOOD SERVICE PORCIONADO

BONI
www.bonialimentos.com.br

CABANELAS
REPRESENTAÇÕES

50 anos de tradição com boas representações!

(71) 9 9194-3163 (Manuel Cabanelas)
(71) 9 9194-5057 (Cássio Cabanelas)
(71) 9 9194-6761 (Talita Cabanelas)

LEÃO SAMPAIO
REPRESENTAÇÕES

EMPRESA FAMILIAR FUNDADA DESDE 1.962 E COM AMPLO RELACIONAMENTO NO MERCADO BAIANO. LIDERADA POR LENINHO SAMPAIO

BONI **Felão Grão Bomito** **supley** **CAMPO LARGO** **BALÕES SÃO ROQUE** **Robinson Crusoe**
Softys Sepac **SEMPRE VERDE Alimentos** **GINA** **ZANLORENZI**

(71) 99148-7781 | leninho@terra.com.br/leaosampaiorep@gmail.com

PROMOTORES COMPARTILHADOS

ZURC MERCHANDISING

SUA EMPRESA, NOSSA EMPRESA!

BAHIA / SERGIPE
ÁREA DE ATUAÇÃO

(71) 99225-2709 | zurcmerchandising
comercial@zurcmerchandising.com

MILTON & FILHOS
REPRESENTAÇÕES

SANDÉLEH **CRISTA**
alimentos

LATICÍNIO Morro Alto

Bacalhau

Milton Alves (71) 99966-8762
Rodrigo Alves (71) 99966-7279
Leonardo Santos (71) 99963-0423
miltonefilhos@hotmail.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

PromoAções
Marketing e Eventos Ltda

PromoAções
Marketing e Eventos Ltda

PromoAções
Marketing e Eventos Ltda

POR QUE CONTRATAR A PROMOÇÕES MARKETING PARA A SUA EMPRESA? A CEO ANDRESSA PESTANA, RESPONDE!

Contratar a PromoAções Marketing significa transformar investimento em faturamento real. Nós unimos criatividade com análise de dados para garantir que cada campanha tenha um objetivo claro: conversão. Temos a expertise para entender o seu funil de vendas e otimizar cada etapa para maximizar seu retorno sobre investimento. Entendemos que o mercado muda rápido e sua empresa precisa de respostas na mesma velocidade. Ao nos contratar, você ganha um braço direito estratégico que conhece a fundo as tendências do setor e oferece suporte completo: do planejamento à execução, permitindo que sua equipe foque no que realmente importa. Temos orgulho de impulsionar marcas que são referência em seus setores, alcançando marcos como o aumento de vendas superior a 30% através de estratégias personalizadas. Nosso foco não é a métrica de vaidade, mas sim, o faturamento. O crescimento de 30% nas vendas de nossos principais clientes é reflexo de um funil de vendas bem ajustado. Porque atender grandes empresas como J. Macêdo, Baly e Mauricéa exige um nível de governança, agilidade e visão estratégica que poucas agências possuem. Portanto, contratar a PromoAções é trazer para dentro da sua empresa a expertise que já faz os gigantes do mercado crescerem.



PromoAções se consolida como agência 360° e eleva o padrão das ações promocionais

A PromoAções vem se destacando no mercado como uma agência 360°, indo muito além do modelo tradicional de promotoria. Com um portfólio completo de soluções, a empresa atua desde a concepção criativa até a entrega de resultados estratégicos, oferecendo aos clientes uma visão ampla e integrada de cada ação.

Entre os principais diferenciais está o trabalho de cenografia e desenvolvimento de estandes, especialmente em grandes eventos do setor, como a Superbahia. Um dos cases de maior destaque foi o estande da Água da Serra, que rendeu à agência uma premiação em

2025. No ano de 2024, a PromoAções também foi reconhecida pelo estande da Baly, reforçando sua consistência criativa e excelência em execução.

Além da cenografia, a agência é responsável por projetos completos de comunicação visual, que incluem desde o design dos estandes até a criação e desenvolvimento de uniformes personalizados. Todo o processo é realizado internamente, contando com uma equipe multidisciplinar formada por produtores, criadores e profissionais especializados, o que garante coerência, qualidade e identidade em cada entrega.

A PromoAções também se diferencia por estar presente antes, durante e depois das ações. A empresa oferece planejamento estratégico, entrega de fardamento, acompanhamento operacional e um robusto trabalho de pós-venda. Ao final de cada projeto, o cliente recebe um relatório completo desenvolvido em Power BI, com dados detalhados sobre vendas, desempenho e observações estratégicas.

Esse modelo permite que os clientes tenham uma visão clara do retorno sobre o investimento, entendendo exatamente os resultados obtidos em cada ação promocional. Com isso, a PromoAções se posiciona não apenas como uma promotora, mas como uma parceira estratégica, focada em performance, criatividade e inteligência de dados.

Ao unir criação, execução e análise de resultados, a PromoAções reafirma seu compromisso em entregar soluções completas e inovadoras, elevando o nível das ações promocionais e fortalecendo as marcas que confiam em seu trabalho.

Andressa Pestana mostra algumas marcas e produtos que fazem parte do portfólio da PromoAções



Especialidades da PromoAções

Especializada em ações de marketing, merchandising, ações no ponto de venda dos supermercados e os mais diversos eventos, a PromoAções atende clientes na Bahia e em todo o Brasil. Nesta página, algumas ações desenvolvidas pela PromoAções.

O lema da PromoAções é transformar a sua estratégia de merchandising em resultados concretos. Portanto, se sua empresa precisa

impactar, fidelizar e aumentar suas vendas, procure a PromoAções.

O objetivo da PromoAções é fazer com que o shopper nunca esqueça de um produto, além de despertar o interesse e o desejo de compra. A PromoAções cria estratégias visando influenciar a decisão de compra do shopper, usando pontos extras criativos e estrategicamente planejados.



Sucesso do negócio da PromoAções está fundamentado na valorização das pessoas

Outro pilar fundamental da PromoAções é o valor humano. A agência acredita que as pessoas que fazem parte do time são o verdadeiro diferencial do negócio. Com uma cultura baseada em valores familiares, a empresa oferece oportunidades, principalmente para mulheres e mães, que representam cerca de 99% da equipe. A PromoAções acredita que, ao resgatar valores, oferecer acolhimento e esperança, essas profissionais se tornam protagonistas no ponto de venda.

Essa filosofia se reflete diretamente nos resultados. Ao se sentirem valorizadas e parte de uma estrutura que acredita nelas, essas profissionais entregam o seu melhor no dia a dia, fortalecendo a presença das marcas no ponto de venda e gerando resultados consistentes para os clientes. Assim, a PromoAções cria um ciclo positivo: a agência oferece oportunidade e confiança, e, por meio de sua equipe, entrega excelência, comprometimento e performance para cada empresa atendida.

Essa visão é reforçada por Andressa Pestana, filha e sócia do fundador da empresa, Lindomar



Mendes, que compartilha sua trajetória dentro da PromoAções e a essência do negócio: “A PromoAções foi um verdadeiro marco na minha vida, principalmente na do meu pai. Eu sempre digo que ele nunca me deu o peixe, mas sempre me deu a vara para pescar. Foi assim que ele me inseriu nesse mercado. Eu já fui promotora de vendas, inclusive promotora dele, e foi ali que aprendi o valor de cada coisa. Hoje, eu sei exatamente o valor do trabalho de uma promotora”, relata.

Segundo ela, essa vivência foi determinante para a forma como a empresa enxerga e valoriza suas profissionais: “É por isso que a gente defende que uma promotora é muito mais do que um serviço no ponto de venda ou em um evento. Ela é uma mulher. Em sua maioria, mulher, mãe e muitas vezes mãe solo. Ela é o verdadeiro motor de vendas para levar os resultados dos nossos clientes lá para cima”, completa.

Andressa destaca ainda que a realidade dessas mulheres é o que impulsiona a excelência no trabalho realizado: “Ela precisa levar o almoço para o filho, sustentar a própria casa. A gente trabalha com muitas mulheres assim. São essas mulheres que nos fazem prosperar. Esse é o nosso diferencial. Acreditamos que as mulheres e, principalmente, as mães solo são o maior motor de vendas para alavancar os resultados dos nossos clientes”, diz.

Ao unir criatividade, estratégia, inteligência de dados e valorização das pessoas, a PromoAções se posiciona como uma agência completa, humana e orientada a resultados. Mais do que executar ações promocionais, a empresa constrói histórias, gera oportunidades e transforma o ponto de venda em um espaço de impacto real — para marcas, consumidores e para as mulheres que fazem tudo isso acontecer.

Andressa destaca o empenho de mulheres que têm a oportunidade de trabalhar como promotora

A história de quem construiu a PromoAções com trabalho, valores e propósito

A trajetória do fundador da PromoAções, Lindomar Mendes, começa no início da década de 1990, entre os anos de 1992 e 1994, período que marcou profundamente sua vida. Morador do subúrbio de Plataforma, em Salvador, recém-casado e iniciando sua caminhada como homem e profissional, ele dava os primeiros passos no mercado como representante e vendedor.

Sem carro e sem saber dirigir, saía de Plataforma de ônibus para vender na Central de Compras da BR-324. Foi nesse cenário simples, mas carregado de determinação, que viveu um dos episódios mais marcantes da sua história. Em uma

noite, por volta das 21h30, recebeu um pedido fora do horário comum. Sem saber como voltaria para casa, aceitou uma carona inesperada de um empresário chamado Machado, que o deixou na Calçada e seguiu viagem. Mesmo sem saber como chegaria em casa, ele seguiu andando e sorrindo, convicto de que estava no caminho certo.

Esse episódio foi decisivo. Machado passou a observar sua dedicação e, pouco tempo depois, o convidou para trabalhar com ele. Foi ali que tudo começou a ser construído. A veia comercial já existia, mas o diferencial veio da visão de futuro. Ainda no final dos anos 1980, ao trabalhar em empresas como a Luper (atual Lutan), ouviu de um profissional da Colgate uma frase que mudaria sua forma de pensar: “O vendedor que não vender serviço vai sumir no futuro”.

A partir daí, passou a vender mais do que produtos. Vendia serviço, ajudava na organização das prateleiras, fazia o trabalho que hoje é reconhecido como promotoria de vendas. Mesmo sendo vendedor, já construía ali o legado que anos depois daria origem à PromoAções.

Com o passar do tempo,

Lindomar Mendes recorda um pouco de sua trajetória de vida e também da sua carreira profissional

construiu relações sólidas, parcerias duradouras e uma reputação baseada em confiança e entrega. Pai de dois filhos, vê hoje a continuidade desse legado na família. Leonardo trilha seu caminho como empreendedor, e Andressa, sua filha, tornou-se peça central na história da empresa. Em 2023, quando ela decidiu deixar a área do Direito para empreender, Mendes teve a certeza de que a PromoAções entrava em um novo capítulo.

Hoje, ele se diz um homem realizado. Realizado por ver a empresa crescer como um negócio familiar, mas principalmente por enxergar a PromoAções como um instrumento de transformação social. A agência resgata valores que ele próprio não teve no início da carreira: valorização, reconhecimento e oportunidade.

“Construímos esse legado através das mulheres”, afirma. Mulheres da periferia, muitas delas mães solo, que encontram na PromoAções não apenas um trabalho, mas a chance real de realizar sonhos, sustentar suas famílias e serem reconhecidas.

Mais do que uma empresa, a PromoAções nasce da história de quem acredita que trabalho digno, serviço bem feito e valorização das pessoas são capazes de mudar destinos — inclusive o seu próprio.





Natália Coutinho, Larissa Conceição, Beatriz Costa, Andressa Pestana, Larissa Vitória e Andreza Lima

Colaboradoras dizem que trabalhar na PromoAções é um orgulho e um privilégio

Natália Coutinho

É um privilégio trabalhar na PromoAções. Me sinto grata e muito orgulhosa. Andressa se tornou uma grande amiga. Comecei a trabalhar com ela em 2024 e a primeira experiência

já foi impressionante. Ela tem um espírito de liderança muito forte, sabe liderar de uma forma leve e é uma pessoa que todo mundo quer ter por perto. Tanto profissionalmente como pelo lado pessoal. Ela se preocupa com seus colaboradores e se hoje no mercado muitas pessoas agissem como ela, nós estaríamos em um patamar muito melhor.

Larissa Conceição

Muito feliz em trabalhar aqui na empresa. Conheci Andressa em 2023, trabalhei com ela na Páscoa e depois disso na PromoAções e é um privilégio muito grande porque é uma agência muito cotada no mercado e da qual muitas meninas gostariam de fazer parte e aos pouquinhos nós estamos conseguindo trazer as mulheres para o nosso time. Andressa é muito forte, guerreira e coloca a gente pra cima todos os dias. E aí eu consegui muitas conquistas pessoais, comprei apartamento, tirei minha habilitação, entre outras coisas.

Larissa Vitória

Me sinto muito feliz e privilegiada de tra-



balhar aqui. É uma agência muito bem-quista, almejada e desejada e eu me sinto muito feliz de fazer parte e trabalhar no dia a dia da empresa. Aqui eu ganhei muita experiência, conheci mulheres incríveis que fazem parte da nossa trajetória e que a gente quer levar além do trabalho, para a vida. Consegui muitas conquistas pessoais e profissionais com esse trabalho, que consiste no trabalho com a marca, apresentação e vendas para que o cliente conheça os produtos.

Andreza Lima

A PromoAções agregou muita coisa na minha vida. É uma agência que eu sempre sonhei em fazer parte, como promotora. Trabalhei na Páscoa, Andressa me deu essa oportunidade e foi muito importante fazer parte desse time. Hoje estou aqui, trabalhando na agência, junto com a equipe. A empresa me dá muita



oportunidade de avançar em meus projetos pessoais, de exercer liderança, a se comunicar com o cliente e tudo isso a gente agrega para o nosso dia a dia. Sou mãe solo, tenho um filho e a oportunidade que ela me deu me fez crescer muito.

Beatriz Costa

Eu me sinto muito realizada em trabalhar na PromoAções. Eu amo trabalhar com Andressa, acho ela uma profissional incrível, uma mulher inspiradora. E trabalhar como promotora me ajudou muito na superação da minha timidez, eu aprendi a vender mais de forma presencial, pois eu tenho um negócio on line e essa experiência foi gratificante. Trabalhando aqui consegui passar mais tempo com meu filho, realizar sonhos, juntar dinheiro para comprar um imóvel e para o futuro só desejo uma melhor qualidade de vida.





A PromoAções promove uma série de atividades extra para as suas colaboradoras. Nesta foto, por exemplo, as promotoras não escondem a felicidade por participarem de aula gratuita de automaquiagem oferecida pela empresa, na Sephora do Salvador Shopping, e ainda, ao final, ganharam brindes da Lancôme

SPA Delivery leva bem-estar às colaboradoras da PromoAções

A rotina intensa das profissionais da PromoAções ganhou um novo aliado: o SPA Delivery, serviço inovador oferecido por Tâmara Olivieri, técnica em segurança do trabalho e massoterapeuta com 18 anos de experiência. A proposta é simples e transformadora: levar momentos de relaxamento e qualidade de vida diretamente para dentro das empresas, proporcionando às colaboradoras um espaço de autocuidado em meio às demandas diárias.

Segundo Tâmara, o SPA Delivery nasceu com o objetivo de democratizar o acesso ao bem-estar. A ideia é que todos os públicos possam experimentar massagens rápidas, de 5 a 15 minutos, em eventos corporativos, casamentos ou encontros parti-

culares. Agora, em fevereiro, o projeto ganha ainda mais força com a inauguração de uma unidade fixa no Park Shopping, ampliando as possibilidades de atendimento e convidando clientes a prolongarem essa experiência para além dos eventos.

Na PromoAções, a iniciativa foi abraçada pela gestora Andressa Pestana, que percebeu a necessidade de oferecer às funcionárias momentos de descanso e cuidado. “Nossas colaboradoras passam mais de 8 horas sentadas no escritório, o que causa enrijecimento muscular. Em eventos, como o Festival de Verão, chegam a trabalhar mais de 12 horas seguidas. Nada mais justo do que proporcionar esse bem-estar, que impacta diretamente na saúde e na produtividade”, afirma.

O SPA Delivery já se tornou parceiro da agência, reforçando o conceito de que a PromoAções não é apenas trabalho, mas também valorização da saúde e da qualidade de vida. Para Andressa, investir nesse tipo de serviço é reconhecer que equipes relaxadas e cuidadas desempenham melhor suas funções, além de se sentirem mais motiva-

Tâmara Olivieri dá massagem em Larissa Vitória, uma das promotoras



Andressa Pestana, Tâmara Olivieri, Larissa Vitória e Benneh Amorin das.

Com a chegada ao Park Shopping, Tâmara Olivieri convida todos a conhecerem de perto essa proposta. O espaço será dedicado a quem deseja transformar minutos de pausa em momentos de renovação. Seja em empresas, eventos ou na nova unidade, o SPA Delivery promete ser um marco na forma como o bem-estar é incorporado ao cotidiano.

A iniciativa, de acordo com Andressa, mostra que cuidar das pessoas é também cuidar dos resultados. “Afim, quando o corpo relaxa, a mente se abre para novas ideias e a produtividade floresce. O SPA Delivery é mais do que um serviço: é um convite para que o autocuidado se torne hábito e não apenas exceção”, pontua.

Mendes tem orgulho da filha Andressa pela força com que ela dá continuidade à PromoAções

Para Mendes, falar da empresa é, inevitavelmente, falar da filha Andressa. O orgulho transparece em cada palavra ao descrever a trajetória da jovem empreendedora, que hoje representa a continuidade e a evolução do legado construído ao longo de décadas.

“Ter uma filha como Andressa é muito mais do que qualquer conquista pessoal”, afirma. Segundo ele, pai e filha compartilham semelhanças que vão além do laço familiar. “Nós somos muito parecidos. Muitas pessoas comentam isso. Temos valores, visão e a mesma vontade de fazer diferente.”

Como pai, ele reforça que o maior desejo de quem constrói uma história com esforço é ver os filhos irem além. E esse desejo hoje se transforma em realidade. “O maior sonho de um pai é que o filho chegue melhor do que os pais. E eu estou vivenciando isso. Estou vivendo esse orgulho.”

Andressa se consolidou como uma empreendedora que não apenas conduz negócios, mas encoraja outras mulheres a crescerem e a sonharem novamente. Muitas dessas mulheres, segundo ele, estavam invisibilizadas, com sonhos esquecidos dentro de casa, sem oportunidades reais. “Ela impulsionou essas meninas, essas mulheres. Pessoas que desenterraram sonhos.”

Esse olhar humano e transformador define o ver-

dadeiro diferencial da PromoAções. “A PromoAções não é só uma empresa de eventos ou de ações promocionais que executa e vai embora. Nós somos uma família. Somos uma empresa familiar”. Um valor vivido no dia a dia e reconhecido por parceiros próximos, que acompanham essa trajetória de perto.

O propósito da PromoAções vai além dos resultados comerciais. O desejo é construir um legado — em Salvador, na Bahia e no Brasil. Um legado de uma empresa que não veio apenas para apresentar marcas e negócios, mas para mudar histórias, especialmente de mulheres, mães e mães solo, que encontram no trabalho uma chance real de transformação.

“Acreditamos que, através do nosso trabalho e da nossa força, é possível ir muito além do que um dia sonhamos”, resume. Um legado construído com propósito, família e a convicção de que pessoas valorizadas são capazes de transformar realidades”, conclui.

A empresa familiar PromoAções tem ainda em seus quadros societários e operacionais, Antônia Rita Pestana, esposa de Lindomar e mãe de Andressa. Ela está à frente de várias ações realizadas pela PromoAções em lojas e eventos. A empresa tem também o suporte de Leonardo Pestana, filho do casal Lindomar e Rita e irmão de Andressa.

Família feliz engajada em um projeto comum, que é a dedicação de todos para que a PromoAção seja uma empresa de referência no mercado. Na foto, Leonardo, Mendes, Rita e Andressa, trabalhando em conjunto na Superbahia



TEEXTO: PAULO AMANCIO. ENTREVISTA: BENNEH AMORIN - FOTOS: ERALDO ALVES E ALEX FERNANDO

Ermesson Batista assume diretoria da Paramar e tem como plano de ação chegar a dez mil pontos de vendas

A Indústria de Bebidas Paramar vem se consolidando como uma das grandes revelações do setor no Nordeste e no Brasil. Fundada há cerca de cinco anos, a empresa já atende importantes contas nacionais e se prepara para uma expansão ainda mais agressiva em 2026. O diretor Ermesson Batista destaca que este é um momento positivo e estratégico para a marca, que aposta em mídia, distribuição e presença em novos mercados.

Segundo Batista, a meta é ousada: alcançar 10 mil clientes ativos até o final do ano, oferecendo todo o portfólio da Paramana, que inclui Gin, Cachaça, Vodca e Negroni. Para fortalecer a comunicação, a empresa aposta em influenciadores, como o influenciador Pedro, do perfil Siga Pedro, que será responsável por ampliar a visibilidade e engajamento com o público. E também assegura um espaço relevante na Super Revista e no Programa Fala Benneh.

A legitimidade da Paramana está enraizada na Bahia, onde fica sua fábrica. “Temos que ser os donos da categoria aqui, porque nossa origem nos dá essa força”, afirma o diretor. A empresa já está presente em 14 Free Shops de aeroportos brasileiros, com destaque

para a linha Maria Guarda e a própria linha Paramana. Além disso, conquistou espaço em empórios de São Paulo, fruto de um trabalho nichado e estratégico.

No Nordeste, a Paramana já atende clientes no Maranhão, Piauí, Ceará e está expandindo para o Rio Grande do Norte, sempre com foco em parcerias locais e distribuidores regionais. A estratégia é consolidar presença em cada estado, com números sólidos e qualidade garantida.

A preocupação com a excelência é um dos pilares da marca. Ermesson Batista ressalta que houve estudos aprofundados conduzidos pela presidência, trazendo profissionais de diferentes indústrias para aprimorar formulações. Todas as bebidas são certificadas pela Anvisa, garantindo segurança e credibilidade. “Nosso carro-forte é a qualidade. É ela que abre portas e nos permite estar em aeroportos e grandes contas nacionais”, reforça.

O vínculo com a Bahia é outro diferencial. Os nomes e conceitos das bebidas remetem à Baía de Todos os Santos e às ilhas da região, reforçando a identidade cultural da marca. Essa conexão fortalece a Paramana como representante legítima da tradição e inovação baiana no setor de bebidas.

Com planos agressivos, foco em distribuição e aposta em marketing, a Paramana se posiciona para conquistar uma fatia ainda maior do mercado nacional. Mais do que uma indústria de bebidas, a empresa se apresenta como símbolo de qualidade, identidade e expansão, levando o sabor da Bahia para o Brasil e para o mundo.

Benneh Amorin entrevista o novo diretor da Paramana Bebidas, Ermesson Batista



O portfólio da Paramana é formado pela Cachaça Maria Guarda, o Negroni, o London Dry Gin, e o Gin com Frutas Vermelhas e Limão Siciliano, além do Gin Isle, da Vodka Saint's Bay e do Licor Itacarê

Degustações e presença no ponto de venda

A Indústria de Bebidas Paramar investe também na ampliação de sua estratégia de marketing com foco direto no consumidor. Além da expansão em aeroportos, empórios e grandes contas nacionais, a empresa investe fortemente no chão de loja, promovendo degustações e ações de abordagem para apresentar seus produtos e fortalecer a marca.

De acordo com o diretor Ermesson Batista, essa estratégia é parte do plano de estruturação da Paramana. “Não basta colocar o produto na gôndola e esperar que a venda

aconteça. É preciso dar suporte no ponto de venda, ouvir o cliente e mostrar o que a marca entrega”, explica. Por isso, a empresa montou uma equipe de promotores que atuam nas principais lojas, oferecendo degustações e interações diretas com os consumidores.

Essa estratégia busca aproximar o público da qualidade que é o diferencial da Paramana. A degustação, portanto, é uma oportunidade para que o consumidor comprove na prática o sabor e a autenticidade das linhas Maria Guarda e Paramana.

Além das lojas, a marca também aposta em eventos como forma de ampliar sua visibilidade. Ermesson Batista revelou que a Paramana estará presente em camarotes do Carnaval, reforçando sua identidade baiana e criando experiências de consumo em ambientes festivos e de grande circulação. “É um trabalho 360°, que envolve comercial, trade e marketing em sinergia para levar a marca cada vez mais longe”, afirma.

Ermesson Batista está confiante em atingir as metas de divulgação e comercialização dos produtos



Grupo Zonta, no Paraná, promoveu mais de 1.200 colaboradores em 2025

Em um contexto de pleno emprego na Região Sul e de crescente dificuldade para contratar profissionais no varejo, o Grupo Zonta encontrou no desenvolvimento interno uma estratégia para reter profissionais. Ao longo de 2025, 1.243 colaboradores foram promovidos em lojas, indústrias e áreas corporativas, movimento impulsionado pela atuação da UniZonta.

As promoções ocorrem em diferentes níveis da operação, de funções de entrada a posições de liderança, e são resultado de um modelo estruturado de formação, avaliação de desempenho e acompanhamento das lideranças. A iniciativa reduz a dependência do mercado externo, amplia a retenção de talentos e cria uma base contínua de profissionais preparados para assumir novas responsabilidades.

“Com um mercado de trabalho cada vez mais apertado, especialmente no Sul, investir em desenvolvimento deixou de ser apenas uma política de RH e passou a ser uma necessidade estratégica. A UniZonta nos permite formar pessoas alinhadas à nossa cultura, preparar sucessores e oferecer perspectivas reais de crescimento, o que fortalece a retenção e reduz a rotatividade”, afirma Charmoniks Heuer,

gerente de RH do grupo.

Segundo a executiva, a universidade corporativa conecta capacitação diretamente às oportunidades internas. “Os programas são pensados para atender demandas concretas do negócio. O colaborador sabe o que precisa desenvolver para avançar na carreira e a empresa ganha profissionais mais preparados para assumir funções estratégicas sem depender exclusivamente de novas contratações”, explica.

Para o presidente do grupo, Pedro Joanir Zonta, o investimento contínuo em pessoas acompanha o ritmo de crescimento da empresa. “Estamos em franca expansão, com investimentos constantes na abertura de novas lojas, o que aumenta significativamente a demanda por líderes. Isso gera muitas oportunidades internas, porque o nosso objetivo sempre foi valorizar quem cresce junto com a empresa e promover um ambiente de desenvolvimento contínuo”, afirma.

A UniZonta atua por meio de escolas voltadas à qualificação técnica, formação de lideranças, cultura organizacional, diversidade e qualidade de vida. “O modelo consolida o desenvolvimento de pessoas como um dos principais pilares da estratégia de RH do Grupo Zonta”, completa Charmoniks.

Joanir Zonta, presidente do Grupo Zonta, no Paraná, com Charmoniks Heuer, gerente de RH do grupo



2º Encontro Dialogando com o Master será realizado no próximo mês de março

O Grupo Master Vendas realiza, no dia 19 de março, das 8h às 12h, a segunda edição do evento “Dialogando com o Master”, que acontecerá na sede da Associação Baiana de Supermercados (Abase), em Salvador. Para divulgar o encontro, os representantes comerciais Marcos Winits e Pedro Passos, membros do Grupo Master Vendas, juntamente com Raquel Rebouças, sócia-diretora da Agência Meninas do Licuri, visitaram a Super Revista e o Programa Fala Benneh, onde falaram sobre a proposta e a relevância do evento para o setor.

Nesta nova edição, o Grupo Master Vendas irá discutir o fortalecimento de classes, abordando temas como associativismo, mercado baiano e novas tecnologias, promovendo reflexões fundamentais sobre o presente e o futuro do varejo e da representação comercial. O diálogo contará com a participação de Amanda Vasconcelos, executiva do varejo Hiperideal e presidente da Abase, e de Fábio Santos, diretor regional da Bahia e Sergipe do Assaí Atacadista.

De acordo com Pedro Passos, o Master Vendas não é uma entidade de classe, mas uma associação que desenvolve atividades estratégicas para o setor. “Uma dessas

iniciativas é o desenvolvimento de talentos da própria categoria, não apenas para os representantes associados, mas para toda a classe. O projeto Dialogando com o Master tem exatamente esse objetivo: promover atualização e desenvolvimento profissional voltados para o setor de representação comercial”, destacou.

Marcos Winits reforçou que o projeto foi criado para levar informação e capacitação aos associados e à categoria como um todo. “Nesta edição, vamos abordar o tema da Reforma Tributária, para que os representantes possam entender como ficará a tributação aplicada à atividade. Também contaremos com a participação de duas advogadas, que irão falar sobre contratos de parceria com as indústrias”, explicou.

Já Raquel Rebouças ressaltou a importância do Grupo Master Vendas em promover debates relevantes e contribuir para o fortalecimento da categoria. “É muito gratificante para as Meninas do Licuri assessorar um trabalho voltado ao fortalecimento da classe dos representantes comerciais. A primeira edição foi um sucesso, e a expectativa é repetir esse resultado”, afirmou.

Marcos Winits, Raquel Rebouças e Pedro Passos divulgam o evento Dialogando com o Master, na Abase



TEEXTO: ERALDO ALVES. ENTREVISTA: BENNEH AMORIN - FOTOS: ALEX FERNANDO

Executivos da Sandeleh Alimentos destacam expansão e consolidação da marca na Bahia

Os executivos da Sandeleh Alimentos, Alexandre Tiné e Shirley Borges, estiveram na redação da Super Revista, onde conversaram com o jornalista Benneh Amorin sobre a consolidação da empresa na Bahia e as estratégias de expansão da marca para 2026.

Alexandre Tiné destacou os 20 anos de atuação da Sandeleh Alimentos no mercado brasileiro e o fortalecimento da empresa no segmento de conservas. “É sempre muito bom estar na Bahia e falar com o público baiano. A Sandeleh completa 20 anos de mercado consolidando-se cada vez mais no Brasil, especialmente nos segmentos de azeitonas, palmitos e azeites”, afirmou.

Segundo o executivo, o crescimento no estado tem sido impulsionado pelo trabalho realizado em parceria com representantes locais. “Aqui na Bahia, com o apoio do Milton, do Rodrigo e de toda a equipe da Milton e Filhos Representações, temos ampliado significativamente nossa presença, aumentando o número de clientes e fortalecendo marcas como Tio Paco, Saborosa, Del Chef, Don Fidêncio e o azeite D’Aguirre que

vem ganhando espaço no mercado baiano”, explicou.

Alexandre também ressaltou que a Bahia foi um dos pilares iniciais da expansão regional da empresa. “Temos aqui alguns dos nossos representantes mais antigos e longevos, o que reforça a importância do estado na nossa história. Neste novo momento, contamos também com a Shirley Borges, responsável pela área de marketing, que vem fortalecendo ainda mais nossa atuação”.

Shirley Borges falou sobre o trabalho da Sandeleh nas principais feiras do varejo nacional. “Estou completando quase um ano na empresa e é uma grande satisfação estar aqui. Em 2025 participamos de importantes eventos como a Apas Show, Apas Experts e outras feiras nacionais. Em 2026 não será diferente. O Nordeste é estratégico para nós, e nosso objetivo é promover um crescimento ainda mais consistente da região, com o trade e o time comercial atuando de forma integrada”, destacou.

Sobre a presença da Sandeleh nas regiões

Os executivos Shirley Borges, gerente de marketing, e Alexandre Tiné, gerente regional de vendas, estiveram na Super Revista para falar da nova fase da Sandeleh na Bahia



Tiné e Shirley, com os representantes da Sandeleh na Bahia (da esquerda), Rodrigo Oliveira, Milton Oliveira e Jean Cruz são recepcionados na Super Revista pelo seu diretor e editor, Benneh Amorin

Norte e Nordeste, Alexandre Tiné ressaltou os resultados alcançados. “Na última leitura da Nielsen, conquistamos a 5ª colocação na categoria de azeitonas, com destaque para a marca Tio Paco, e a 3ª colocação na categoria de palmitos. Esse avanço é fruto de um trabalho de quatro anos. Quando cheguei à empresa, não havia atuação estruturada nessas regiões, e hoje nossas marcas estão presentes nas principais redes de supermercados, delicatessens e atacados”, afirmou.

Shirley Borges também falou sobre o portfólio e o reconhecimento das marcas da Sandeleh. “A Tio Paco é nossa principal marca. Temos nove variedades de palmitos — somos os únicos com essa diversidade — além de azeitonas com qualidade superior. Nosso portfólio conta com mais de 80 SKUs, o que proporciona aos clientes uma ampla possibilidade de mix e cadastramento. No ponto de venda, o consumidor reconhece a marca e confia na qualidade”, explicou.

A qualidade dos produtos é um dos principais compromissos da empresa, segundo Alexandre. “Nosso presidente e todo o departamento de qualidade têm como prioridade entregar produtos com máxima frescância, saudabilidade e sabor. Para o varejista e atacadista baiano, a Sandeleh oferece o maior portfólio de conservas salgadas do mercado nacional, com performance superior em gôndola e soluções completas para o ponto de venda”, destacou.

Sobre o tomate seco da marca, Alexandre brincou ao se declarar consumidor fiel. “Já experimentei diversas marcas, mas o nosso tomate seco, hidratado em óleo de girassol, tem um sabor único. Ele não escurece, não fica embaçado e entrega uma experiência diferenciada ao consumidor”.

Entre os palmitos, Shirley destacou o Palmito em Rodelas. “É um produto que exige cuidado desde a retirada da palmeira até o processamento, e essa atenção faz toda a diferença na qualidade final”.

As azeitonas da Sandeleh, comercializadas pelas marcas Tio Paco, Saborosa, Don Fidêncio e Del Chef, também têm forte aceitação no mercado. “A marca Saborosa, especialmente, tem se destacado no Norte e Nordeste, com alta rotatividade e excelente custo-benefício. Trabalhamos sempre com frutos de primeiríssima qualidade, sem manchas ou escurecimento, garantindo um produto que agrada tanto ao varejista quanto ao consumidor final”, explicou Alexandre.

Encerrando, os executivos ressaltaram o posicionamento global da empresa. “A Sandeleh traz o mundo para a mesa do consumidor, com produtos oriundos de mais de 15 países, como Tailândia, Indonésia, China, Chile e Espanha. Nosso compromisso é oferecer sempre o produto que melhor se adapta ao bolso e ao paladar do consumidor nordestino e brasileiro”.

Queda nas vendas de bebidas alcoólicas nos supermercados

ROGÉRIO MACHADO

PROPRIETÁRIO DA AGILLYS CONSULTORES & ASSOCIADOS,
MENTOR, CONSULTOR, PALESTRANTE, PROFESSOR E ESCRITOR
@ROGERIOMACHADOMENTOR



Temos uma nova mudança no hábito de consumo dos jovens: a queda no consumo de bebidas alcoólicas. A redução no consumo de álcool pelos jovens pode ter um impacto significativo nas vendas dos supermercados, abordando diversos aspectos:

1. **Diminuição nas Vendas de Bebidas Alcoólicas:** Com a diminuição do interesse por bebidas alcoólicas entre os jovens, os supermercados podem registrar uma queda nas vendas dessas categorias, afetando a receita total.

2. **Mudança no Comportamento de Compra:** Jovens que costumavam comprar álcool podem redirecionar seu orçamento para produtos não alcoólicos, como bebidas não alcoólicas, snacks saudáveis e outros itens.

3. **Aumento da Competitividade:** Supermercados que adaptam suas ofertas e promoções para atender a novas preferências podem ganhar uma vantagem competitiva, focando em alternativas como bebidas gourmet, energéticas, ou orgânicas.

4. **Promoções e Estratégias de Marketing:** Para compensar a queda nas vendas de álcool, supermercados podem promover produtos alternativos, como coquetéis sem álcool, aumentando a variedade em suas prateleiras.

5. **Impacto Variável por Região:** O impacto pode variar conforme a região, com culturas e hábitos de consumo locais influenciando mais ou menos a tendência de redução do consumo de álcool.

6. **Efeitos a Longo Prazo:** Se a tendência de redução se mantiver, supermercados podem precisar ajustar suas estratégias de longo prazo, incluindo a forma como organizam suas seções e o tipo de produtos que oferecem.

Esses fatores em conjunto mostram que a redução no consumo de álcool pelos jovens pode não apenas impactar as vendas diretamente, mas também influenciar mudanças nas estratégias de marketing e no portfólio de produtos nos supermercados. A redução no consumo de álcool pelos jovens pode ter um impacto significativo nas vendas das categorias Mercearia Líquida nos supermercados.

Talvez ainda seja cedo, mas é importante observar a tendências e fazer ajustes no mix de produtos e layout, para não perder volume de vendas ou margem de lucro.



ANIVERSÁRIOS, CONVÊNIOS, GUIA DOS FORNECEDORES

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

01 Isadora Ribeiro de Araújo
[COM DE ALIM ISR DE ARAÚJO](#)

01 Jean Couto de Jesus
[COMERCIAL DE ALIMENTOS TJG](#)

02 Sandra Nunes de Oliveira Lemos
[MEGA BOM ATACADO E VAREJO DE ALIMENTOS](#)

03 Elis Mariana Carvalho
[CARVALHO FARIAS REPRESENTAÇÕES](#)

04 Haris Cruz
[BERVA COMERCIAL E REPRESENTAÇÕES](#)

06 Yuri Greco Moura Machado
[G. Y. MIX MINIMERCADO](#)

07 Bruna Santana Silva
[SANTANA E SILVA COMERCIAL DE ALIMENTOS](#)

07 Josefa Suziane Silva Santos
[ATACADÃO DAS POLPAS E CONGELADOS](#)

07 Maria das Graças Leal Andrade Cerqueira
[SALES & CIA](#)

10 Carlos Roberto Cruz de Almeida Filho
[A & C MINIMERCADO COMÉRCIO DE BEBIDAS](#)

12 Eron Passos
[PASSOS & MAGALHÃES](#)

14 Drielle Souto Dias
[SOUTO DIAS COMÉRCIO IMP EXP DE ALIMENTOS](#)

14 Hebert Moreira Dias Júnior
[SOUTO DIAS COMÉRCIO IMP EXP DE ALIMENTOS](#)

14 José Wlodkovski
[GUANABARA IND. QUÍMICAS](#)

14 Karine Passos Fonsêca
[COMERCIAL DE ALI. PASSOS FONSECA](#)

14 Luciano Rodrigues da Silva
[RONDINELI & COMERCIAL RODRIGUES](#)

16 Jocival dos S Andrade
[DEPI COMÉRCIO DE ALIMENTOS](#)

17 Jam Altes Fonseca
[ARMAZÉM TOP ALTO](#)

17 José Aderlei Lima Souza
[SUPERMERCADOS SHOINIX](#)

17 Soraya Cardoso de S. Lapa
[COMERCIAL DE GÊNEROS ALIMENTÍCIOS MAIS](#)

19 Ananias Ramos Ferreira
[REDE VIDA SUPERMERCADO](#)

19 Andréa Almeida Ribeiro Araújo
[SUPERMERCADO LOGOS](#)

19 Gessica Matos da Silva Reis
[GMSR COMERCIAL DE ALIMENTOS](#)

20 Eduardo Henrique Brito dos Santos Sanches
[GRAN REALIZAÇÕES](#)

21 Francisco Snoeck
[LOGIC SOLUÇÕES LOGÍSTICAS](#)

21 Ruderval Guimarães de Oliveira Júnior
[MRVC REPRESENTAÇÕES](#)

22 Antônio Fernando de Oliveira
[ÁVICOLA BARREIRAS](#)

22 Ione Pereira dos S. Santos
[HEICK CENTER COMERCIAL](#)

22 Maria Valdelice do Rosário Silva
[DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS DOCE PREÇO](#)

22 José Clóvis Vieira
[SUPERMERCADO FAMÍLIA](#)

23 Marcos Hanisch
[FAMÍLIA BARROS HANISCH](#)

24 Maria de Lourdes V. Silva
[COMERCIAL DE ALIMENTOS RIO IMPERIAL](#)

25 Maria Natividade
[MARIA NATIVIDADE SANTANA DA SILVA](#)

26 Messias José de S. Rodrigues
[PHYTOPÃO IND. E COM.](#)

27 Demétrio M. Moreira
[MERCADINHO PREÇO BELO](#)

28 David Cruz
[BERVA COMERCIAL E REPRESENTAÇÕES](#)

29 Alane Lemos Costa
[LIMIAR IND. E COMÉRCIO DE ALIMENTOS](#)

31 Ubiratan de Souza Brandão
[CD COM. VAREJISTA DE MERCADORIAS](#)

A Abase oferece para o seus associados convênios que trazem benefícios e vantagem para suas empresas, diretores e seus colaboradores. Aceitamos sugestões para ampliarmos as opções. É só ligar: (71) 3444-2888.

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) 9 9975-0599 (whatsapp) – 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, Itagira 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 ABA-SE, matriculado(s) e/ou a serem matriculados regularmente nos cursos oferecidas 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 ABA-SE, matriculado(s) e/ou a serem matriculados regularmente nas séries oferecidas pelo Colé-

gio Anchieta (ANCHIETINHA – Aquarius), no turno vespertino, sendo válido o referido desconto, apenas a partir do mês em que ocorrer a solicitação pelo(a) responsável legal 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 oferecidas 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@colegiosaopaulo.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@nogueirareis.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 Supermercadista - 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. CentWWWral 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

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

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

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: Claudio Ehl - E-mail: c.ehl@brasfrut.com.br - Telefone: (75) 2101-5500. Produtos: Polpas de frutas, néctar, sorbet Açai ,cremes de frutas e vegetais congelados.

Brasil Kirin Indústria de Bebidas S/A - Contato: Eriadne Almeida • Telefone: (71) 3878-8000 • Email: marcel.maltez@brasilkirin.com.br • Produtos: Cervejas, Refrigerantes, Sucos, Água mineral e Energéticos.

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

Frangosaj Indústria e Comércio de Aves Ltda. - Avivip - Contato: 75 3162-1500 e-mail: atendimento@avivip.com.br - Produtos: Frango, Cortes e recortes de frango, embutidos e temperados

Indústria e Comércio Azevêdo Ltda. - Telefone/whatsapp: 71 3351 9400, E-mail: contato@azevedocorp.com - Polpa União, Sucos Delifrut, Refrescos GuaraMonster e DoceMix.

Geopan - Contato - Maria De Fatima Nascimento de Oliveira Souza - Tel.: (75) 3651- 2245 - geopan@geopan.com.br - Fabricação de Biscoitos

Guanabara Indústrias Químicas - • Tel: (71) 3392-3811 • comercial@guanabaranordeste@hotmail.com Produtos: Velas Luz Divina, Velas Pratas, Velas Promessa, Velas Guanabara, Cera líquida Rubi, Pedra Sanitária Rubi,

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 Rações - Contato: Daniel Wagner Potrich • E-mail: girolato@gmail.com • Instagram: @girolatoatacadista • Telefone:

Querosene Guanabara, Antimofo Rubi, Aguarrás Guanabara, Velas Citronelas, Sabão em Pó Guanabara, Pa rafina, 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 - Valdinney Maciel de Oliveira - vendasbahia@rfonte.com.br - Tel: (71) 3390-1800, (71) 3418-8058 • Produtos: vinagre, sabonete, água sanitária, álcool, desinfetantes e desodorantes.

Iso Indústria de Sabões e Óleos Ltda. (ISO SABÕES) - Existimos para fazer da limpeza um ato de cuidado, para que a higienização seja, além de bem realizada, sentida. Buscamos levar o melhor dos sabões glicerizados e artesanais de coco para todo o Brasil. Marcas: Celeste, Alwet e Inema: Sabão de Coco Celeste, Sabão de coco Alwet, Sabões de coco e glicerizados Inema. Contatos: 71 3594-7268 / 71 99183-6736 - comercial@isosaboes.com.br

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 .

Laticínio Marianna -- Natural Gurt: Industria de iogurtes, bebidas lácteas, coalhadas e sobremesas lácteas. Contato: 75 3422-1530 / (75) 9 99773973

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

Limiar indústria e Comércio de Alimentos Ltda. - Contato: Rosa Maia Gerente Comercial - 71 3198-4400 / 71 9 8203-9386 - comercial@grupolimiar.com.br - www.grupolimiar.com.br

Magrela Indústria e Comércio de Produtos Ali-

71-3028-0891 / 99189-8888 • Endereço: Alameda A, N 144- Jambeiro- Lot Diver 999 Caji CEP: 42700-000

Frutecon - Fruticultura Ecológica do Nordeste - Cultivo de bananas, abacaxi, uva, mamão, citricos (excerto laranjas), sementes certificadas, criação de bovinos e comércio atacadista. (71) 9 9125-4159

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

mentícios Ltda. - Contato: Cleber Alves - Telefone: 71 98506-1244 / 71 99392-3330 e-mail: direcao@produtosmagrela.com.br Descrição: Pipoca Com Melaço de Cana, Pipoca Salgada, Pipoca Fit, Pipoca Umami, Pipoca Magrelita Doce e Leite de Coco Magrelita.

M. Dias Branco S/A Ind. & Com. de Alimentos - Contato: Robson Matheo - robson.matheo@mdiasbranco.com.br • Tel: 71 3413-7500 • Produtos: biscoitos, massas, margarinas e farinha de trigo.

Maratá - Tel: 79 3264-2800/2856 • Fax: 7-9 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.

Saudali Alimentos - Contato: Glauco Campos - (31) 9 8466-9127 - glaucoac@saudali.com.br - Produtos: Suínos In Natura, Temperados, Defumados e Embutidos / Pescados

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

Toledo do Brasil Indústria de Balanças Ltda. - Toda linha de Balanças Prix, Fatiadores, Etiquetas Eletrônicas, Seladoras a Vácuo e Assistência Técnica. Contato: Ivan Andrade (71) 99968-0883

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

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

MasterFrios-Contato:RaimundoOliveira-Tel:(71)3314-2520 - administracao@masterfrios.com.br • Produtos: Pescados, Aves, Crustáceos, Bovinos, Suínos e Embutidos

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.

Barão Comercial - Jairo Ferreira (71) 3215-6687 • baraocomercial@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.

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

Ar Frio S. A. Armazéns Gerais Frigoríficos - Adriano Rocha - (11) 9 8422-7722 • arocha@arfrio.com.br • Armazenagem frigorificada, congelada, resfriada e climatizada.

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

Consultoria Quali - Consultoria em atividades de vigilância sanitária para Supermercados, Indústrias e outras empresas do seguimento. Contatos: contato. consultoriaquali@gmail.com e 7198500-4856

Conceito Serviços e Promoções Ltda. - Agência de Promotores de Vendas. Promotores compartilhados e exclusivos. Comercial: Florisvaldo Porfiro (71)9. 9616-0430 - E-mail: ceo@conceitobrasil.com.br

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.

Dornelas Advogados Associados - Contato:

Berva Comercial e Representações Ltda. - Produtos: Yama Cosméticos, Top Beauty - Contato: David Cruz (71) 99184-4926 - davidcruz-vendas@terra.com.br

Cabanelas Representações - Manoel 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

Rio Imperial, Feijão Branco Rio Imperial e Milho de Pipoca Rio Imperial.

Inbahia Distribuidora - Diretor Comercial – Carlos Maia - (73) 3528 – 7600 Site: lojainbahia.com.br Instagram: @inbahiadistribuidora E-mail: suporte vendas@inbahiadistribuidora.com.br Principais marcas que distribuímos: Uaulngleza, Melitta, Pepsico, Sustagen, Elma Chips, Massas Galo, Massas e Biscoitos Renata, Dr Oetker, Mamypoko, Nivea, 3M, Parati, Kello-ggs, Santher, Muriel, Dentalclean, Predilecta, Santa Helena e Multilar

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

(71) 3271-2882 • eduardo@eduardodornelas.com.br • Serviços Advocatícios.

GM Promo Brasil • (71) 2137-2468 / 71. 99195-9974 / (71) 9 9621-8200 • Nossas soluções com abrangência em todo território nacional: Promotor Exclusivo e Compartilhado, Trade marketing, Live marketing, Recrutamento e seleção, Terceirização, Temporários e Análise de inteligência. Unidade de Salvador BA: Endereço: Av. Tancredo Neves, 2539, Edf. CEO Salvador Shopping, Torre Londres, Sala 1003, Caminho das Árvores, Salvador - BA, 41820-021.

Icatu Bahia - Tel: (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;

Maxus Tecnologia e Sistemas Ltda. - Implantação de Sistema de Gestão - ERP específico para o segmento de Supermercado - Treinamento Empresarial na área Tributária e Financeria. Fornecemos soluções em Análise de Dados - BI (Business Intelligence) - site: maxusweb.com.br / e-mail: idelvan@hubnerautomacao.com.br / Celular/Whastapp - (75) 9 9142-5764 - @idelvansolucoes - Terceirização de Gestão Financeira para Supermercados - BPO Financeiro.

(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 Representações Ltda. - Contato - Walter Rui Carvalho/Maria Áurea Carvalho - (71) 9 9209-3712 Walter/(71) 9 9373 -3351 Áurea Produtos: Wilson Alimentos, D’ajuda, Polenghi Alimentos, Nova Mix Alimentos e Leite Glória.

MML Hortifruti - Distribuição de hortifruti para atacado e varejo - 71 3301-5160 e 71 99626-0591

San Diego Comércio de Mercadorias Ltda. - Contato: Lauro Azevedo - Tel. (71) 3018-0333 - (71) 9 9167 333, - e-mail - sandiegocomercioltda@gmail.com Produtos: Alimentícios, Limpeza, Higiene Pessoal.

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

Promo Prime Serviços e Promoções - Contato : Fábio AndrAade • 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@protonsistemas.com.br • www.protonsistemas.com.br • Representações: Software ERP, Software para Supermercados, Software para gestão de armazenagem, Consultoria Logística e Adm.

Roma Contabilidade Consultiva - Serviço de contabilidade especializada em supermercados, com 15 anos de mercado, não somente em soluções tributárias, mas, com propostas operacionais e financeiras para aumentar o lucro e eficiência das atividades. contato@romacont.com.br / 75 3022-6637 / 75 9.9178-0990.

Sicoob Coopermais - 71 3838-9556 - Uma instituição que acredita na justiça financeira através da cooperação entre pessoas e empresas. Que faz parte do Sicoob conta com um portfólio completo de produtos e serviços financeiros com taxas mais justas, além de um atendimento humano e digital mais próximo.

Creditar Representações - Contato: Tenyson Lima • Tel.: (75) 9 8229 6653 - creditar.vendas@gmail.com - Local: Feira de Santana/ BA • Produtos e Representadas: Leitissimo/ BA; Lactíniios Aviação/MG; Acetona Juliana/BA; Nathy/PE; Batatas Duro de Minas/SP; INN Coco/AL; Dona Faxina/PB; e Moinho Globo/SC.

D & R Representações - Derivaldo Pinto Oliveira • Tel: 71 3358 3539 e (71) 3358-3462• derepresentacao@hotmail.com • Produtos: Arroz Coradini; Macarrão Viccari; Requeijão Puranata; Doce de Leite Sabor de Minas; Vinagre Camarão,

Goiabada Julieta, Creme de goiaba Hada, Feijão Padrão.

Edjéferson Representações – Edjéferson Silva de Souza • (71) 98201-3848 / (71) 98769-5390 • E-mail: edjefersonsouza@hotmail.com • Serviços: Etiquetas – Rótulos, etiquetas para balança, ribbons. Embalagens: Sacos, sacolas, filmes, guardanapos personalizados, imãs de geladeira e bobinas. Caixas: Pizza, torta e diversas.

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

Fernando J. Goulart Mota Repres.Ltda. - fmotagoulart@yahoo.com.br • (71) 99959-7559 • Pabx (71) 3374-3365 • Representante da Cooperativa Pindorama, Euroalimentos (Castanha de Caju), Apis Jordans, Super Max S. A (Lâminas de barbear), Produza Foods Comércio de Alimentos Ltda. (Óleo de chia e derivados), Magia da Bahia (Cocadinha da Bahia) e Viva Alimentos (Produtos Jundiaí - Hambúrguers - espetinhos - pão de alho etc.).

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, antimifo, tira manchas, cera líquida.

Jaceli Comércio e Representações Ltda. - Contato: Célio Carvalho • Tel: 71 3251-4747 Fax: 3013-3167 • E-mail: jaceliltda@gmail.com / jaceliltda@hotmail.com • Serviços: Representação de produtos de limpeza Fontana e Radiante. Gênros 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.

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

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

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

JS Consultoria Empresarial e Represen-

tação Ltda. - js.representacao.ne@gmail.com ° (71) 98215-6091 ° (71) 99955-2254 ° Representante da Seal, Laurenti, Equimatec, Ramalhos, Ferneto, Zummo, Multivac, Bizerba, Bralyx, Artico e Eibel. Distribuidor Robot-Coupe.

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 -nevesmoo- rerepresentacao@gmail.com

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) 9 9363-0021. • Produto: Bello Charque, Laticínios Passa Quatro, Laticínios Curral de Minas, Laticínio Latvida, Laticínio Edem.

Mitidieri Representações Ltda. - Vania Mitidieri • (71) 99982-9831• vaniamitidieri@ig.com.br • Produtos: Bom Coco e Serigy, Água Mineral Dias D’Ávila e Ritter.

MI Flavors Comércio e Representações Ltda. - Representação especializada em matérias primas e embalagens para indústrias de alimentos e bebidas. Serviço e atendimento técnico em indústrias de sorvetes e açaí, snack’s, bebidas, panificação, confeitaria e laticínios. Contato: marlonrepre@gmail.com (75)99198-0331 Marlon

MRVC Representações Ltda. - Regina Varjão - : (71) 99929-3666 • reginavarjao@hotmail.com • Representações • Aeroflux - Higiene Pessoal • Dentalclean – Escovas de Dente e Higiene Oral.

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.

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 • palumbo-repres@uol.com.br • Produtos: Alcool 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) 99983-5189 - (73)9 9199-9750 - pandini@pandinirepresentacoes.com.br - Representações: Produtos Veneza, Chocolates Danke e Vinícola Mandacaru.

Ripem Importaçao e Exportaçao Motta Ltda. - Tel: (71) 3241-1099, (71) 3013-2494 • rep.laticinios@gmail.com • Produtos: Laticínios Vigor (Queijos Cuía Jong, Jonquinho, 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.); Vinícola Garibaldi (Vinhos e Espumantes; Sucos de Uva integral e orgânicos); Jamones Salamanca (Jamon/Presuntos, Salames, Linguicas Copa Cura; Lombo Curado etc.); Nor-Import (Vinhos: Prosecos; Queijos; Azeites: Azeitonas; Atum importados, etc.); Queijos Rafit (Gran Formagge, 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: Fante Rivoli e Quatá.

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.), Cristalcopo – copos descartáveis, Fiat Lux, Cricket, CCGL – Cooperativa Central Gaúcha (Leite em pó CCGL).

Star Comércio e Serviços com Balanças Ltda. - Eliana Moraes Lima • Tel: (71) 3334-2099 • starbalancas@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.

Supera Representações - Comercial: 71 99611-8244 / rosamaiasuperarepresentacoes@gmail.com Dacolônia – Alimentos Naturais: Granela, Pasta De Amendoim, Pé De Moleque, Paçoquinha, Goiabada, Melaço... (Opções Zero Açucar E Tradicional).

Victor Oliveira Representações Ltda. - Paulo Oliveira • Tel: 71 9 9133-7305 • victor.oliveirar@uol.com.br • Representadas: Sanremo, Bettanin, Ordene e Lanossi.

Quarentena fiscal: o detalhe que pode estar impedindo sua Transação Tributária

MARINA N. NOGUEIRA REIS
SÓCIA DO NOGUEIRA REIS ADVOGADOS



A transação tributária foi criada para ajudar empresas a sair do sufoco fiscal, não para criar novos obstáculos. A ideia deveria ser simples: permitir acordos mais realistas, com descontos e prazos compatíveis com a capacidade financeira da empresa, garantindo arrecadação e a preservação da atividade econômica.

Há, contudo, um grande problema que vem prejudicando muitos empresários: a chamada “quarentena” de dois anos entre a rescisão de um parcelamento e a possibilidade de firmar outro. Isso porque a legislação prevê que, rescindida uma transação, o contribuinte fica impedido de formalizar nova negociação pelo prazo de dois anos.

O problema surge quando a Administração Tributária passa a sustentar que esse prazo somente se inicia a partir da formalização administrativa da rescisão, que muitas vezes só é realizada meses — ou até anos — após a ocorrência dos inadimplementos que deram causa ao encerramento do acordo.

Na prática, isso significa que muitas empresas cumprem o seu prazo real de dois anos, mas continuam bloqueadas para negociar novamente porque o Fisco demora a registrar a rescisão.

Ocorre que isso é um erro e não pode ser admitido. Em verdade, o ato do Fisco que formaliza a rescisão não cria nada de novo. A rescisão já ocorreu no momento em que as três parcelas consecutivas deixaram de ser pagas. A formalização deveria ser apenas um registro administrativo, de caráter declaratório. Usar esse ato como ponto de partida da quarentena é distorcer a regra e ampliar uma penalidade sem respaldo legal.

Essa interpretação prejudica diretamente empresas que querem se regularizar, pagar seus débitos e voltar a operar normalmente. Muitas deixam de aproveitar programas de transação extremamente vantajosos, com descontos relevantes e parcelamentos longos, simplesmente porque o sistema indica um bloqueio que não deveria existir.

O mais grave é que essa prática transfere para o contribuinte o custo da inércia administrativa. Se o Fisco demora meses para formalizar a rescisão, quem paga a conta é a empresa, o que não faz sentido nem jurídica nem economicamente.

A boa notícia é que o Judiciário tem reagido. Já existem decisões recentes favoráveis no Tribunal Regional da 1ª Região, além de entendimentos semelhantes em tribunais superiores e em diversas regiões do país, reconhecendo que o prazo de dois anos deve ser contado a partir do inadimplemento das três parcelas da negociação anterior, e não da data em que o Fisco resolveu formalizar a rescisão.

Essas decisões deixam claro que a “quarentena” não pode virar um bloqueio indefinido à regularização fiscal, muito menos ser usada como ferramenta punitiva além do que a lei permite.

O alerta ao empresário é direto: se sua empresa teve uma transação rescindida no passado, não aceite automaticamente a informação de que ainda está impedida de negociar. É fundamental verificar quando ocorreu o inadimplemento que gerou a rescisão. Em muitos casos, o prazo de dois anos já foi cumprido, e a empresa está sendo indevidamente impedida de se regularizar.

O fim da “era da gratuidade”: STF consolida livre iniciativa para supermercados na Bahia



LARA BRITO E THAINÁ LIMA
FIEDRA BRITTO E FERREIRA NETO ADVOCACIA EMPRESARIAL

O setor supermercadista baiano atravessou o primeiro semestre de 2025 sob uma forte nuvem de incerteza jurídica. O ponto central da discórdia era a proliferação de legislações municipais que, sob o pretexto da sustentabilidade, impunham o ônus do fornecimento gratuito de sacolas recicláveis exclusivamente aos estabelecimentos comerciais.

Até a intervenção da Suprema Corte, o supermercadista enfrentava uma “colcha de retalhos” legislativa. Diversos municípios editaram normas proibindo a cobrança por embalagens, gerando riscos imediatos de multas que chegavam a R\$ 9 milhões em Salvador¹. Abaixo, detalhamos as principais leis municipais que passaram a impactar o setor e que agora perdem força diante do novo entendimento jurídico:

Município:	Legislação:	Conteúdo principal:
Feira de Santana	Lei nº 4.355/2025	Proíbe uso de sacolas não recicláveis e obriga o fornecimento gratuito de alternativas.
Camaçari	Lei nº 1.989/2025	Proíbe expressamente a cobrança de valores por sacolas plásticas para empacotamento.
Simões Filho	Lei nº 1.338/2025	Determina a oferta gratuita de alternativas às sacolas plásticas não recicláveis.
Porto Seguro	Lei nº 2.109/25	Proíbe a cobrança por sacolas plásticas e/ou biodegradáveis.
Vera Cruz	Lei nº 1.097/2025	Proíbe a cobrança por sacolas plásticas e/ou biodegradáveis.
Itaparica	Lei nº 163/2025	Proíbe a cobrança de sacolas de qualquer material (papel, biodegradável, etc).

No entanto, uma decisão histórica do Supremo Tribunal Federal (STF), em dezembro de 2025, restabeleceu o equilíbrio econômico e a segurança jurídica para o varejo. Em 19 de dezembro de 2025, o Ministro Gilmar Mendes, ao analisar recurso da Associação Baiana de Supermercados (Abase), concedeu efeito suspensivo para paralisar a eficácia da Lei Municipal nº 9.817/2024 de Salvador.

¹Matéria: “cobrança de sacolas está proibida em Salvador. As sacolas recicladas, biodegradáveis ou de papel deverão ser ofertadas gratuitamente”. Disponível em: <https://atarde.com.br/bahia/bahiasalvador/cobranca-de-sacolas-esta-proibida-em-salvador-saiba-detalhes-1278333>. Acesso em 22 de jan de 2026.

O Ministro reconheceu o risco iminente de autuações pesadas, inscrição em dívida ativa e até cassação de alvarás das lojas. Com isso, os estabelecimentos na capital ganham o direito de operar sem o receio de fiscalizações punitivas baseadas em uma norma agora considerada inconstitucional.

E aqui está o ponto que “amarra” Salvador ao restante do cenário: a decisão conversa diretamente com a virada jurídica definitiva já firmada pelo próprio STF. Essa virada ocorreu em agosto/2024, com o julgamento da ADI 7719, relatada pelo Ministro Dias Toffoli. O STF fixou a tese de que “são inconstitucionais as leis que obriguem supermercados ou similares a fornecer gratuitamente sacolas ou embalagens para as compras”.

Os principais fundamentos jurídicos que amparam essa vitória do setor são:

1.Violação da Livre Iniciativa (Arts. 1º, IV e 170 da CF): o Estado não pode impor o oferecimento gratuito de um produto que gera custos de aquisição e logística para o empresário, interferindo diretamente na gestão do negócio¹⁵15.

2.Inadequação da Proteção ao Consumidor: o STF entendeu que a gratuidade não protege o consumidor hipossuficiente, mas sim onera o produto final, podendo configurar uma espécie de “venda casada” reversa¹⁶.

3.Livre Concorrência: a imposição de custos obrigatórios retira a flexibilidade competitiva das empresas¹⁷.

Além disso, importante destacar que a cobrança por sacolas plásticas é uma tendência mundial como incentivo ao consumo e descarte desenfreado do plástico. É um grande marco de responsabilidade ambiental.

Carnaval, calor e energia: quando o clima muda, o setor produtivo precisa mudar também



MARTA ANDRADE



RAQUEL REBOUÇAS

O Carnaval chega todos os anos trazendo festa, movimento econômico e alta circulação de pessoas. Mas chega também acompanhado de um elemento que tem se tornado cada vez mais intenso e difícil de ignorar: o calor extremo. Em Salvador, essa sensação não é apenas percepção coletiva, é dado científico. A capital baiana está entre as cidades brasileiras que mais registraram aumento de temperatura nos últimos anos, com elevação real nas médias de verão e crescimento dos chamados eventos de calor extremo.

Estudos recentes apontam que Salvador teve um aumento aproximado de 0,8 °C nas temperaturas médias de verão, posicionando a cidade entre as que mais aqueceram no país. Além disso, pesquisas sobre o clima urbano revelam a existência das ilhas de calor, fenômeno em que áreas com alta concentração de concreto, pouca arborização e grande atividade econômica registram temperaturas até 6 °C mais altas do que bairros com maior cobertura vegetal. Esse cenário agrava desigualdades, pressiona a infraestrutura urbana e impacta diretamente o funcionamento das empresas.

No varejo e na indústria alimentícia, o efeito é imediato. Ambientes mais quentes exigem maior uso de sistemas de refrigeração, elevam o consumo de energia, aumentam custos operacionais e impactam o conforto térmico de clientes e colaboradores. Em períodos como o Carnaval, quando o fluxo de pessoas cresce e o consumo dispara, essa pressão se intensifica ainda mais. Ignorar essa realidade climática é comprometer a eficiência do negócio.

É nesse contexto que a energia renovável, especialmente a energia fotovoltaica, deixa de ser apenas uma pauta ambiental e passa a ser uma estratégia de adaptação climática

e inteligência econômica. Investir em energia solar significa reduzir a dependência de fontes tradicionais, diminuir a emissão de gases de efeito estufa e criar maior previsibilidade de custos em um cenário de calor crescente e tarifas energéticas instáveis.

Para o setor produtivo, o retorno é concreto. Empresas que adotam energia renovável conseguem equilibrar melhor seus gastos operacionais, proteger-se de oscilações do mercado e fortalecer sua imagem institucional junto a consumidores cada vez mais atentos às práticas ambientais das marcas. No varejo alimentar, onde a refrigeração é essencial para a segurança dos produtos, a energia limpa se torna ainda mais estratégica.

Além da mitigação, a energia renovável também atua na adaptação às mudanças climáticas. À medida que cidades como Salvador enfrentam mais dias de calor intenso ao longo do ano, negócios que investem em eficiência energética e fontes limpas se tornam mais resilientes, preparados para operar em condições climáticas adversas sem comprometer sua operação ou sua competitividade.

O aumento das temperaturas não é uma previsão distante, é uma realidade presente. E o setor produtivo precisa reconhecer que o clima já faz parte da equação do negócio. Incorporar soluções energéticas sustentáveis é uma forma concreta de responder a esse desafio, transformando um problema ambiental em oportunidade de inovação, economia e posicionamento estratégico.

O Carnaval passa, o verão continua e o calor tende a aumentar. Cabe ao varejo e à indústria decidir se vão apenas reagir aos efeitos do clima ou se vão se antecipar, investindo em soluções que garantam eficiência, sustentabilidade e continuidade.

LUCRAR+

TURISTAR & PRESERVAR

A SUA REVISTA DO COMÉRCIO * VAREJO * INDÚSTRIA * SERVIÇOS * AGRONEGÓCIOS * SUSTENTABILIDADE
* ESG * CONSTRUÇÃO - MERCADO IMOBILIÁRIO * EMPREENDEDORISMO * RESPONSABILIDADE SOCIAL
* GESTÃO * RH * TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO * QUALIFICAÇÃO * BEM-ESTAR * QUALIDADE DE VIDA *
COMPORTAMENTO * ESTILO DE VIDA * GASTRONOMIA * EVENTOS * TURISMO * VIAGENS E LAZER

Seminário da Fecomércio avalia economia e traça boas perspectivas para os setores de supermercado e turismo na Bahia

As perspectivas econômicas para o ano de 2026 e os efeitos da reforma tributária aprovada no Brasil permearam os debates ocorridos no seminário realizado pela Fecomércio, na Casa do Comércio, em janeiro último. O encontro, realizado no Espaço Mário Cravo, reuniu dezenas de empresários, imprensa e representantes do setor de comércio, serviços e turismo.

O presidente do Sistema Comércio BA (Fecomércio, Sesc e Senac), Kelsor Fernandes, abriu o evento, que contou com a participação do coordenador da Câmara de Assuntos Tributários da Fecomércio-BA (CAT), Sérgio Couto, do gerente executivo de análise e desenvolvimento econômico e estatístico da Confederação Nacional do Comércio (CNC), Fábio Bentes, e do consultor econômico da Fecomércio-BA, Guilherme Dietze.

A iniciativa discutiu o cenário econômico ocorrido em 2025, os impactos e desafios trazidos pela Reforma Tributária no setor de comércio, serviços e turismo e as perspectivas para este ano de 2026. Os palestrantes foram unânimes em afirmar que este ano tem características atípicas e com muita instabilidade nas áreas econômica e política, mas que promete trazer boas perspectivas para a

economia brasileira e baiana, sobretudo para os setores de supermercados, farmácias e turismo.

Kelsor Fernandes falou das dificuldades de ser empresário no Brasil, destacou as implicações que a reforma tributária pode trazer para o mercado como um todo, mas se mostrou otimista com os resultados da economia baiana, que apresenta indicadores positivos. Falou ainda sobre o turismo: “A Bahia vai muito bem no setor, que vem batendo recordes consecutivos e o estado é o segundo brasileiro em turismo e líder do Nordeste. São índices muito bons”, avaliou.

Ao fazer uma análise da reforma tributária e de seus desdobramentos, Sérgio Couto explicou que as medidas que começaram a ser aplicadas neste ano significam uma fase de transição e de adaptação das empresas. Disse ainda que embora o cenário seja desafiador, representa uma real chance de oportunidades, assinalando que a Fecomércio tem um papel relevante na interlocução com os governos estadual, federal e municipal.

Fábio Bentes e Guilherme Dietze falaram que apesar das incertezas, tanto o Brasil como a Bahia apresentaram um desempenho econômico positivo, sobretudo nos setores de supermercados, farmácia e turismo. A Bahia, por exemplo, tem uma previsão de crescimento de 2,5% em 2026, impulsionado principalmente pelos setores de comércio e turismo. “O turismo segue batendo recordes de chegada de visitantes, o que movimenta toda a cadeia produtiva, do Artesanato à hospedagem”, destacou Dietze.

Guilherme Dietze, Fábio Bentes, Kelsor Fernandes e Sérgio Couto participaram do debate sobre reforma



Jornalista Carlos Casaes comemora 90 anos rodeado de amigos e familiares



O jornalista Carlos Casaes completou no último dia 24 de janeiro 90 anos de idade, sendo mais de 60, dedicados ao jornalismo especializado de turismo. Para comemorar, as suas filhas, Carla e Helga, e a neta Lorenza, filha de Helga, juntaram-se a outros membros da família, entre os quais a prima Cecília Prazeres, para organizar uma festa à altura que o querido, pai, avô e tio merece.

Como não poderia deixar de ser, lá estavam os familiares e os diletos amigos. Muitos deles, por exemplo, vieram de outros estados, Alagoas, Santa Catarina, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. Daqui da Bahia, expressivas personalidades do trade turístico do Estado se fizeram presentes, entre eles, Pedro Costa, Cícero Sena, Luiz Augusto, Cláudio Maia, Jorge Pinto, Jean Paul e Sérgio Almeida.

Muitos familiares se fizeram presentes, entre eles, o conselheiro do Tribunal de Contas dos Municípios da Bahia, o ex-deputado federal Nelson Pelegrino, filho do seu saudoso cunhado Roberto Pelegrino e sua irmã Helena, que também estava na festa. Além destes, cerca de 200 outros convidados e amigos foram lá dá seu abraço ao grande amigo.

A celebração, após muitas loas, abraços e parabéns ao aniversariante, aconteceu no salão de festas de sua



Casaes sendo homenageado com a placa da Febtur, com o Troféu da Abrajat-Nacional e um presente da Festuris de Gramado, os dois entregues pela jornalista gaúcha Jurema

residência, no Condomínio Pedra do Sal, em Stella Maris-Salvador. Além de todas as reverências, Carlos Casaes foi agraciado com uma placa da Febtur (matéria na página seguinte), pela Associação Brasileira de Jornalista de Turismo-Abrajat, troféu trazido pela jornalista gaúcha Jurema, que também trouxe uma homenagem da cidade de Gramado, enviada pelos organizadores do Festuris, Marta Rossi e Sílvia Zorzanello (in memoriam).

Carlos Casaes é um dos jornalistas mais completos da área de turismo do Brasil. Fundador, junto com os saudosos, cunhado, Roberto Pelegrino, e o irmão Hélio José de Souza, da Gazeta do Turismo, que por mais de 40 anos imperou como um dos mais importantes periódicos especializados em turismo do Brasil, com repercussão em Portugal. Outro

feito de Casaes e da Gazeta de Turismo foi organizar durante quase 30 anos o Catavento de Prata, considerado o maior prêmio de turismo do Brasil.



Febtur-Bahia e Nacional homenageiam Carlos Casaes pela vida dedicada ao turismo

O presidente da Federação Brasileira de Jornalistas e Comunicadores (Febtur), jornalista Gorgônio Loureiro, juntamente com os seus confrades, Julival Goes, Hermes Carvalho, Benneh Amorin, Duda Tawil, associados da Febtur-Bahia, entregaram uma placa especial a Carlos Casaes, pelo seu aniversário de 90 anos e pela vida dedicada ao setor de turismo. A placa dizia: "Carlos Casaes: Homenagem dos Amigos da Febtur, pelos seus 90 anos de dedicação ao truismo".

O presidente da Febtur-Bahia, jornalista Luís César, não pode comparecer, pois estava em viagem de trabalho, lhe enviou uma mensagem de parabéns: "São 90 anos de uma vida dedicada ao jornalismo, eventos e muita divulgação do nosso turismo e mundial".

Gorgônio Loureiro assim se expressou ao falar de Casaes: "Falar de Casaes é fácil: amizade, competência, amo". Benneh Amorin lembrou dos saudosos amigos de Casaes, o irmão Hélio Souza e o amigo Octacílio Fonseca. Os colegas jornalistas Hermes Carvalho e Duda Tawil, relebraram os tempos que trabalharam com Casaes na Gazeta de Turismo. Nelson Rocha também parabenizou Casaes. Do trade, se manifestaram, Pedro Costa, Cícero Sena, Jorge Pinto, Jean Paul e Luís Augusto Shalom. Casaes agradeceu a todos, observando que aquelas palavras carinhosas, provinham de amigos de muitos anos, por isso, classificou todas de suspeitas, justamente por serem seus amigos de longas datas e, por isso, não esperava nada diferente.



Por Nelson Rocha, de Salvador-Bahia

O Turismo da Bahia comemora o verão embalado pelo Carnaval

O centro de Salvador, mais uma vez palco das bandas Didá, Olodum e outras, tocando e representando o compromisso da cultura afrodescendente com belo batuque. Os estrangeiros infiltrados na multidão não resistiram ao ritmo soteropolitano em tempo de folia.

O estado de alegria do povo baiano parece triplicar nos dias carnavalescos e contaminar quem aqui desembarca, para experimentar a nossa musicalidade cheia de swing, sob a batuta de Vossa Majestade o Rei Momo.

Salvador com temporada de voos diretos de Buenos Aires e Córdoba (Argentina), Santiago (Chile), Montevideu (Uruguai), Cidade do Panamá (Panamá), Lisboa (Portugal), Madri (Espanha) e Paris (França), o que representa a ligação com mais de 200 destinos no mundo. Aumento de 43% na emissão de passagens aéreas internacionais para o estado no Carnaval 2026, em relação ao mesmo período de 2025.

O índice é mais que o dobro da média nacional de crescimento, que foi de 21%. Os dados são da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur) e confirmam a estimativa da Secretaria de Turismo da Bahia (Setur-BA), de aumento no fluxo de visitantes estrangeiros no Carnaval baiano deste ano.

"O trabalho de promoção do estado, aliado aos seus atrativos e à vocação natural para o turismo, resultou em um crescimento expressivo na atração de turistas internacionais. O Brasil, como um todo, alcançou um recorde de mais de 9 milhões de turistas internacionais por ano, com um crescimento de 37%. A Bahia se destacou como o estado que mais contribuiu para esse crescimento, com um aumento de 47% no número de turistas internacionais", comentou durante a realização da FITUR 2026, em Madri, Maurício Bacellar, secretário de turismo do estado.

Tempo de folia na Bahia

O caldeirão musical baiano

escreve mais um capítulo no livro dos carnavais. Baianos e turistas desfrutaram de momentos inesquecíveis acompanhados de ídolos na folia 2026, enquanto o trio andava e a economia local também. À frente, Ivete Sangalo, no bloco Coruja, camarotes, e no circuito Osmar, sem cordas. Tempo de folia na Bahia acontece de tudo. Aviso aos turistas que se programarem para estar na capital baiana durante o período: circulem com menos pertences possíveis.

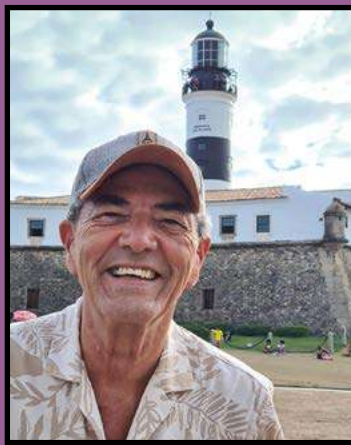
Os Irmãos Macedo, à frente da banda Armandinho, Dodô e Osmar, cumpriram uma agenda especial no Carnaval, com apresentações integrando as comemorações dos 75 anos da invenção do Trio Elétrico e dos 40 anos da Axé Music, reunindo desfiles em circuitos oficiais, shows em camarote e apresentações em palco.

Foram bons momentos da folia, registrados inclusive ao vivo pela TVE, para quem preferiu ficar em casa, hotel, ou acompanhar de fora, longe.

Pelô se destacou

Com cerca de 150 atrações e mais de 250 horas de música, o Pelourinho, palco de seis dias de programação intensa no Centro Histórico. Distribuídos entre os Largos do Pelourinho, Pedro Archanjo, Tereza Batista, Quincas Berro D'Água e a Praça das Artes Mestre Neginho do Samba, o Pelourinho se destacou e atraiu muitos turistas. Os shows reuniram diferentes linguagens – samba, axé, rap, reggae, guitarra baiana, bailes infantis e encontros colaborativos – reforçando a presença de artistas baianos e a diversidade que marca a identidade estadual.

A programação reuniu artistas, grupos e bandas da Bahia em diferentes modalidades, como microtrios, nanotrios, apresentações em palco, orquestras, bandinhas e performances, ampliando o acesso, diversificando linguagens e qualificando a ocupação dos largos do Centro Histórico ao longo do Carnaval. Animação total



Jornalista Nelson Rocha, de Lisboa
nelsonrocha.reporter@gmail.com

CHECK-IN

Galeão em leilão

O leilão do Aeroporto do Galeão, no Rio de Janeiro, está marcado para o dia 30 de março, com lance mínimo estabelecido em R\$ 932 milhões, numa estratégia do governo federal para modernizar o terceiro maior aeroporto do Brasil e assegurar investimentos e eficiência na infraestrutura aérea.

A disputa pelo leilão do Galeão é parte de um processo de venda assistida, que começou com um roadshow para apresentar o edital e as regras da concessão a potenciais investidores. A expectativa do governo federal é que a concessão por meio do leilão do Galeão traga mais competitividade, novos investimentos e recuperação da movimentação de passageiros.

Custos levam à curtas viagens

O Barômetro publicado pela European Travel Commission (ETC) indica que as restrições financeiras estão a levar a um menor interesse pelas viagens de longa distância em 2026, muito embora o interesse em visitar a Europa continue "sólido", pelo sentimento de segurança.

O Barômetro de Viagens de Longa Distância da European Travel Commission e da Eurail que analisou o comportamento dos mercados da Austrália, Brasil, Canadá, China, Japão, Coreia do Sul e Estados Unidos, concluiu que 2026 não vai ser um ano dos mais positivos para as viagens de longo curso. Custos levam a um menor interesse pelas viagens de longa distância.

Atualmente com mais de 700 mil visitas, acompanhe a nossa plataforma de comunicação, focada no Turismo, Arte e Cultura, através dos nossos três veículos: Portal Turismo Total na internet, Magazine Turismo Total no You Tube e Revista Turismo Total, impressa e na versão digital, no link <https://portalturismototal.com.br/>. Faça turismo e trate bem o turista.

... SE TEM ...

Avigro

DESDE 1957

NA MESA
a alegria
é geral

Avigro Fest Temperada

Avigro Alto em Sódio

Avigro Não embalagem, mesmo sabor.

Linguiça de Frango Congelada

Avigro Frango Congelado

Avigro Frango a Passarinho

Avigro Filés de Sobrecoxa

Avigro Meio das Asas

Avigro Coxas

Avigro Filés de Peito

Avigro Coxas e Sobrecoxa

Avigro Coxinhas das Asas

NO RITMO DO CARNAVAL, SEU CORPO PEDE ENERGIA. SEU PALADAR MERECE SABOR.

Fevereiro é tempo de
celebrar, com equilíbrio,
leveza e escolhas que
fazem bem.



**Neste Carnaval, escolha o sabor
que acompanha o seu ritmo.**

Disponível nos melhores atacados e supermercados da Bahia.

📱 [avivip_ba](https://www.avivip.ba) ☎ 75 3162-1500