

Revista

ANO 20, Nº 100 – ABRIL – 2025

NOSSO[®]

Acesse
nosso site:



ERLON ORTEGA COMPARTILHA DETALHES DA TRAJETÓRIA NO SETOR SUPERMERCADISTA

*Proprietário da rede de supermercados
Serve Todos e presidente da Associação
Paulista de Supermercados (APAS),
empresário analisa o setor e aponta
objetivos da sua gestão*



Perboni
Brasil

PIPPO'S

**É TÃO VITAMINADO QUE NÃO FICA
PARADO NAS GÔNDOLAS.**

Produzido com o mais alto
padrão de qualidade da São Braz,
Pippo's Vitaminado é sinônimo
de salgadinho em várias regiões
do Nordeste, onde é referência
de vendas.

Seu sabor e crocância são
irresistíveis, por isso é a marca
perfeita para atrair e fidelizar clientes.
Faça seu pedido e veja como é fácil
vitaminar suas vendas.

**Pippo's não pode faltar em sua loja.
Suas vendas vão ficar mais vitaminadas.**

 @pipposoficial

PIPPO'S VITAMINADO



finna

CONFIA QUE É FINNA

A FARINHA PREFERIDA PARA
TODAS AS RECEITAS.

INCLUSIVE, A SUA.

M. Dias Branco



A
QU

FARINHA
MERIDINHA



Revista

NOSSO[®]
S E T O R

27 **CAPA**

ERLON ORTEGA
COMPARTILHA DETALHES DA TRAJETÓRIA
NO SETOR SUPERMERCADISTA



8 CÓDIGO ABERTO: O NOVO PODER DA LIDERANÇA

12 JÁ TIVEMOS ESSA IDEIA ANTES...

14 INOVAÇÃO PARA TODOS COM ENGAJAMENTO DO CONSUMIDOR

16 COOPERATIVA VINÍCOLA GARIBALDI É A MAIS LEMBRADA E PREFERIDA NO MARCAS DE QUEM DECIDE

18 5 DICAS PARA OTIMIZAR O CHECKOUT E AUMENTAR A CONVERSÃO DE VENDAS ONLINE

20 SÃO BRAZ INAUGURA NOVA FÁBRICA NA BAHIA COM 85 MIL M²

22 CNDL E FEDERAÇÃO VAREJISTA DO RS APRESENTAM NOVA CARTILHA MULHERES QUE CONSTROEM O VAREJO

24 SUPERINTER REÚNE SETOR SUPERMERCADISTA E INDÚSTRIA FORNECEDORA EM JUIZ DE FORA

34 EMPRESAS PERDEM ATÉ 30% DA PRODUTIVIDADE POR FALTA DE GESTÃO ESTRUTURADA DE PROJETOS, APONTA ESTUDO

36 ATACADÃO CELEBRA 63 ANOS DE CRESCIMENTO CONSISTENTE E PRESENÇA EM TODOS OS ESTADOS BRASILEIROS

37 VAN FERNANDES É RECONHECIDA COMO UMA DAS PROFISSIONAIS DO ANO DA ABRAS NA CATEGORIA CEOS

38 INOVAÇÕES NO VAREJO: PIX E DREX IMPULSIONAM DEMOCRATIZAÇÃO DOS MEIOS DE PAGAMENTO NO BRASIL

40 APAS SHOW 2025 IMPULSIONA A INTERNACIONALIZAÇÃO DO VAREJO BRASILEIRO EM SUA 39ª EDIÇÃO

43 UMA HISTÓRIA DE UNIÃO, PROPÓSITO E TRANSFORMAÇÃO

EDIÇÃO CE

50 EDITORIAL

52 LOJAS DE DESCONTO: VAREJISTAS APOSTAM EM MODELO DE BAIXO CUSTO OPERACIONAL PARA OFERTAR PRODUTOS COM MENORES PREÇOS E AUMENTAR COMPETITIVIDADE

54 BUSCANDO SER REFERÊNCIA EM SAUDABILIDADE, PÃO DE AÇÚCAR LANÇA 'ESPAÇO MAIS EQUILÍBRIO' COM MAIS DE 1.100 PRODUTOS

56 ACESU REALIZA TERCEIRA EDIÇÃO DO LIDERA MULHER EM FORTALEZA COM GRANDE SUCESSO

58 MENSAGEM DE PAZ

EDIÇÃO PB

60 EDITORIAL

62 SETOR DE SERVIÇOS DA PARAÍBA CRESCE ACIMA DA MÉDIA NACIONAL EM FEVEREIRO, APONTA IBGE

70 JOÃO PESSOA REGISTRA SEGUNDA CESTA BÁSICA MAIS BARATA DO PAÍS EM MARÇO

EDIÇÃO RN

72 EDITORIAL

74 COM FATURAMENTO DE R\$ 2,3 BILHÕES, E-COMMERCE CRESCE 9,5% NO RN EM 2024

76 NATAL REGISTRA QUEDA NO CUSTO DA CESTA BÁSICA EM MARÇO, APONTA DIEESE

78 REDE SERIDÓ: UNIÃO, CRESCIMENTO E COMPROMISSO COM O CONSUMIDOR POTIGUAR

PALAVRA DO PRESIDENTE

Fotografia: Shayene Amorim

Chegamos a um marco muito importante da nossa história: a edição número 100 da Revista Nosso Setor. Contamos uma história de coragem, visão e reinvenção. Ao longo desses anos nos consolidamos como uma ponte entre o varejo, a indústria e os leitores que acreditam na força da informação para transformar realidades. Agradeço a todos que caminham conosco nesta trajetória.

Na capa desta edição, contamos a história de Erlon Ortega, proprietário da rede de supermercados Serve Todos e Associação Paulista de Supermercados (APAS). O empresário compartilha sua vivência no setor e principais transformações que o varejo tem enfrentado.

No Ceará, o foco é a inovação no varejo com o avanço das lojas de desconto, como o Mercadão São Luiz, que aposta em preços mais baixos e operação eficiente. Também destacamos o sucesso do evento Lidera Mulher, promovido pela Acesu, que valorizou a liderança feminina no setor. Para completar, o Pão de Açúcar apresenta o Espaço Mais Equilíbrio, reforçando a tendência de saudabilidade nas gôndolas.

A edição paraibana destaca a trajetória da CompreMais, maior rede supermercadista do estado e símbolo de cooperação e inovação no varejo local. Trazemos ainda a boa notícia de que João Pessoa tem a segunda cesta básica mais barata do país. No setor de serviços, a Paraíba surpreendeu com crescimento acima da média nacional em fevereiro, reforçando sua força econômica.

E no Rio Grande do Norte celebramos a trajetória da Rede Seridó, exemplo de união, estratégia e compromisso com o consumidor potiguar. Com 23 lojas em 18 cidades, a rede se destaca pela estrutura logística e crescimento sustentável. Também trazemos boas notícias para o bolso dos natalenses: a capital foi uma das poucas do país a registrar queda no custo da cesta básica em março, segundo o Dieese.

Na Revista Nosso Setor você também encontra artigos dos nossos especialistas, que refletem sobre as principais tendências para o mercado.

Para tirar dúvidas, sugerir matérias, coberturas de eventos e manter contato conosco, basta ligar para os nossos telefones ou nos enviar um e-mail, é sempre um prazer tê-los mais perto de nós!

A Revista Nosso Setor está cada vez mais presente no mundo digital, não deixe de acompanhar nossas novidades também pelas redes sociais, no *Facebook*, *Instagram*: @revistanossosector e no *Youtube*: Nosso Setor Online.

Boa leitura!



Por Antônio Vieira | Diretor Geral

© vieira2379 f Antonio Vieira t @antoniovieira

REVISTA NOSSO SETOR - ANO 20
Nº 100 | ABRIL | 2025

EXPEDIENTE

Diretoria Geral:

Antônio Vieira
(85) 98817-9855 (Vivo)
(85) 99653-5501 (Tim)
diretoria@rlbrasil.com

Diretora Executiva

Regina Amorim
(85) 98770-9855
reginaamorim@rlbrasil.com

Diretora de Marketing :

Shayene Amorim
(85) 98641-2954
shayene@rlbrasil.com

Editora-chefe:

Leticia Lavor
comunicacao@rlbrasil.com

Redação:

textosrevistanossososetor@gmail.com

Comercial:

Antônio Vieira
(85) 98817-9855 (Vivo)
(85) 99653-5501 (Tim)
diretoria@rlbrasil.com

Bruna Miranda
(85) 98597-7455
comercial@rlbrasil.com

Administrativo:

Shayene Amorim
(85) 98641-2954
shayene@rlbrasil.com

Revisão Textual:

Fabiana Moraes

Diagramação:

Nacelio Gomes Leitão

Desenvolvedor web:

Gilberto Vieira
devweb@rlbrasil.com

Periodicidade:

Mensal

Distribuição:

Rede Brasil de Negócios

CÓDIGO ABERTO: O NOVO PODER DA LIDERANÇA

Por: Leila Navarro



Você já ouviu falar em código aberto? Mas e se eu te dissesse que essa ideia pode ir muito além da tecnologia? Que ela pode transformar o jeito como lideramos, aprendemos e até mesmo como enxergamos o poder?

Afinal, o que é ser um líder de código aberto? Ser um líder que compartilha conhecimento, em vez de protegê-lo? Alguém que constrói em comunidade, em vez de competir sozinho? Uma pessoa que não acumula controle, mas distribui poder e oportunidade?

Essa reflexão surgiu quando comecei a analisar o impacto do código aberto na tecnologia e na economia, especialmente após o anúncio da DeepSeek, a

inteligência artificial chinesa que decidiu ser 100% código aberto, sem a intenção explícita de lucrar com isso. Isso me chamou atenção porque grandes empresas já usam código aberto – Linux, WordPress, ChatGPT, Facebook – mas quando um projeto dessa escala se posiciona abertamente contra a lógica de fechamento e monopólio, é um alerta para algo maior: o poder está mudando de lugar.

Até pouco tempo, o poder estava na posse do conhecimento. Quem sabia mais, protegia essa informação para manter seu domínio. Mas o código aberto vira essa lógica de cabeça para baixo: quanto mais você compartilha, mais cresce, mais influencia e mais valor gera.

O que isso significa para nós, empreendedores, líderes e inovadores?

Antes, grandes corporações e poucos líderes concentravam o poder. No código aberto, o poder está na rede, na colaboração. Quem lidera não é quem acumula, mas quem mobiliza e engaja. Você lidera para reter ou para expandir?

1) O Poder da Cocriação

O código aberto é sobre criar junto. Na prática, isso significa que o conhecimento se torna um organismo vivo, em constante evolução, melhorado por milhares de mãos ao redor do mundo. Sua empresa, seu time e sua liderança estão fechados em um modelo engessado ou são adaptáveis e abertos ao novo?

2) Comunidades

Projetos de código aberto não crescem sozinhos – eles crescem porque as pessoas querem que eles cresçam. É um ecossistema em que todos contribuem e, por isso, todos ganham. Você está construindo algo que as pessoas querem se conectar? Ou está apenas vendendo para elas?

3) Geração de Valores

O maior medo do modelo de código aberto é: “Mas e o dinheiro? Como eu ganho sem controle?”. E aqui está a resposta que desconstrói essa mentalidade: o dinheiro está no impacto, não na restrição. Empresas como Red Hat (Linux), Automattic (WordPress) e até mesmo Google e Facebook monetizam código aberto através de serviços, suporte e parcerias.

No novo mercado, quem gera mais valor e se torna referência atrai mais oportunidades do que quem simplesmente

vende um produto fechado. Você está construindo valor ou apenas tentando vender algo pronto?

Aqui entra a grande provocação: e se levássemos o código aberto para a liderança?

O que faz um líder de código aberto?

- Compartilha conhecimento sem medo de perder status.
- Cria oportunidades para que outros cresçam junto.
- Entende que seu impacto vai além da empresa – ele é um ecossistema.
- Usa a tecnologia para ampliar o humano, e não para substituí-lo.
- Não se limita a um único modelo de negócios, mas se abre para novas formas de criar valor.

Essa é a visão que impulsionou a criação da Leila Navarro Digital, minha inteligência artificial baseada no meu conhecimento, aberta para ajudar qualquer pessoa – sem cobrar por isso. Isso é um modelo de código aberto aplicado à mentoria, à educação e ao impacto social.

E agora eu te pergunto: você está pronto para ser um líder de código aberto? Pronto para compartilhar, expandir e crescer em rede? Pronto para soltar o controle e ganhar influência? Pronto para criar algo que não depende apenas de você, mas que se multiplica no mundo?



Leila Navarro

Palestrante Internacional, Escritora, Mentora de Transições e Especialista em Liderança e Futurabilidade. Referência em inovação e desenvolvimento humano, Leila Navarro é reconhecida por seu trabalho transformador em liderança, mentalidade empreendedora e adaptação às mudanças. Com mais de 24 anos de experiência, já impactou milhares de pessoas em empresas, universidades e eventos ao redor do mundo.

Você daria água contaminada para seu filho beber?

Reflita um pouco!

O Brasil contabilizou, em 2020, mais de 200 mil internações causadas por doenças de veiculação hídrica — provenientes de água sem tratamento.

Os dados são de um estudo feito pelo Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde (DATASUS) e servem para ilustrar as complicações ocasionadas pela água contaminada.

Cólera, diarreia, leptospirose e hepatite A são apenas alguns exemplos dessas doenças.

A transmissão ocorre como resultado da falta de saneamento básico, poluição da água e más condições de higiene, segundo o infectologista Hemerson Luz. Ele mostra preocupação com a falta de saneamento no Brasil e lembra que a água potável é elemento essencial para a vida.

“Quando não há segurança nos recursos hídricos, doenças como infecções intestinais causadas por bactérias, vírus e protozoários, além da hepatite A, e a própria dengue que se relaciona com a água empocada que se torna um criadouro para o mosquito vetor podem também ter um impacto importante nas pessoas”, observa.

Um outro estudo, feito pelo Instituto Trata Brasil, revela que, apenas em 2021, foram 43,3 milhões de casos de pessoas afastadas de suas atividades cotidianas por causa de doenças de veiculação hídrica. Desse total, 26,3 milhões de casos foram de mulheres, a maior parte de jovens e crianças com sintomas de diarreia e vômitos.





**Compre um purificador
da Superzon e garanta
água pura para toda a família.**

Fale pelo whatsapp

**85 98817-9855
85 98849-9855**

R1Brasil

Revendedor Autorizado



SUPERZON®
ÁGUA PURA E GELADA

CELULAR

APONTE



AQUI

JÁ TIVEMOS ESSA IDEIA ANTES...

por Luiz Marins

Em quase todas as empresas e organizações em que presenciamos consultoria vemos ideias e iniciativas excelentes que foram deixadas morrer.

Elas morrem de várias doenças:

- a) falta de acompanhamento;
- b) falta de continuidade;
- c) nem sequer chegaram a ser implementadas;
- d) economia boba de recursos;
- e) mudança das pessoas que iniciaram o processo e muitas outras razões e explicações para a ideia ter sido deixada morrer.

O que me impressiona é que todas as pessoas dessas organizações e empresas afirmam que aquela ideia ou iniciativa era excelente! Muitas delas chegaram a dar resultados espetaculares, mas foram descontinuadas, deixadas morrer.

Por que isso acontece?

O que nos parece faltar é uma padronização, uma formalização daquela ideia, daquela iniciativa. Sem uma formalização ou uma forma qualquer de padronização, muitas vezes através de um simples manual, a ideia ficará solta e dependerá sempre da boa vontade e da disposição das pessoas e nunca se tornará um padrão dentro da organização. Sem determinação clara de

responsáveis e prazos, as ideias e iniciativas não têm continuidade, perdem potência e morrem.

O mais triste é que quando a mesma ideia ou iniciativa que aquela empresa teve no passado é colocada em prática com grande sucesso pela sua maior concorrente, os comentários são sempre: “já tivemos essa ideia antes...”; “Aqui nada vai para frente”; “Era ótimo, mas acabou...”; e muitas outras justificativas e desculpas.

Não deixe isso acontecer na sua empresa. Pense nas ideias que já tiveram e as ressuscite com profissionalismo.

Menos ideias, menos iniciativas, mas com continuidade e padrões definidos será sempre melhor que muitas ideias deixadas morrer.

Pense nisso. Sucesso!



Prof. Luiz Marins

Antropólogo, consultor, palestrante e escritor.
marins.com.br



Controle tudo no seu armazém com o WMS Expert!

Menos perdas e mais eficiência
operacional no seu estoque.

Com o WMS Expert você terá:

- ✓ **Controle Total** do Estoque
- ✓ Redução de **Perdas e Desperdícios**
- ✓ Maior **Eficiência** e Padronização
- ✓ **Confiabilidade** e Assertividade
- ✓ Mais **rapidez** na operação
- ✓ Melhor **gestão de espaço**



Scaneie o
QR CODE



Solicite uma avaliação gratuita



INOVAÇÃO PARA TODOS COM ENGAJAMENTO DO CONSUMIDOR



João Carlos de Oliveira, presidente da Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil

Não é mais surpresa que o Brasil tem se destacado em aplicações inovadoras e cada vez mais úteis para a sociedade, tanto na comunidade dos negócios quanto entre os consumidores. Ao visitarmos eventos no exterior, não nos surpreendemos mais com as soluções e casos de sucesso apresentados nos pavilhões e nas visitas técnicas, já que temos exemplos similares e até mesmo superiores no nosso país. É o caso, por exemplo, de empreendedores que desenvolveram aplicações para informar o consumidor sobre produtos alergênicos, rastrear a procedência dos alimentos do campo à mesa e até mesmo imprimir um QR Code com relevo para que pessoas com deficiência visual possam localizá-lo nas embalagens

e apontar o celular para a transmissão de informações em áudio.

No setor de gestão e soluções que movimentam toda a cadeia de abastecimento, o trabalho de planejamento, execução e operação tem sido aprimorado ano a ano por aplicações que automatizam tarefas. Agora, contamos com o apoio inegável dos recursos proporcionados pela inteligência artificial. Aliada à inteligência humana e à nossa capacidade de transformar ideias em realidade, essa tecnologia impulsiona ganhos em produção, logística e varejo, o que beneficia tanto as empresas quanto os consumidores.

Um dos desafios da automação é tornar os alimentos mais acessíveis a um maior número de famílias brasi-

leiras. Além disso, a redução de perdas no setor de alimentos pode amenizar a situação de insegurança alimentar severa que atinge 1,2% da população, segundo o “Relatório das Nações Unidas sobre o Estado da Insegurança Alimentar Mundial”, publicado em 2024. O controle rigoroso das datas de validade e da gestão de estoques pode reduzir consideravelmente o desperdício, e essas tarefas já podem ser facilmente automatizadas com as soluções disponíveis no mercado. Ainda segundo a ONU, o Brasil perde cerca de 27 milhões de toneladas de alimentos por ano, sendo 80% dessas perdas decorrentes de manuseio inadequado, transporte e falhas nas centrais de abastecimento.

Embora a inteligência artificial não substitua o trabalho humano no manuseio de produtos, a automação pode somar esforços para melhorar os resultados. A padronização na identificação de produtos desde a origem contribui para a rastreabilidade e garante que os alimentos cheguem ao consumidor com qualidade e preços mais justos. Esse processo auxilia a gestão logística para prevenir perdas e impactar positivamente a inflação dos alimentos.

Com cada avanço na rastreabilidade, o planejamento logístico, o controle de estoque e outros processos automatizados se tornam mais eficientes. Isso também promove o consumo consciente e sustentável. Na vanguarda dessa transformação, a identificação de produtos por meio de QR Codes impressos nas embalagens fortalece a comunicação entre fabricantes e consumidores, além de integrar toda a cadeia de abastecimento.

A “Pesquisa 2D – Brasil e Latam”, realizada pela Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil há pouco mais de um ano, avaliou o interesse das empresas da América Latina na adoção de QR Codes Padrão GS1 em substituição aos tradicionais códigos de barras, visando mais eficiência e agilidade em seus processos. Foram entrevistadas 110 redes de supermercados e 710 indústrias de diversos segmentos, incluindo alimentos, bebidas, cosméticos, vestuário e saúde. No Brasil, 43% das indústrias manifestaram interesse na rastreabilidade por meio de QR Codes, ou códigos 2D, buscando maior visibilidade na cadeia de suprimentos. Já na América Latina, a gestão de estoque foi a principal aplicação mencionada, sendo citada por 50% dos participantes.

Além disso, o engajamento do consumidor e ações de marketing foram apontados como principais objetivos da adoção dos Códigos 2D por 73% das indústrias brasileiras e 59% das latino-americanas. Outros benefícios citados incluem aprimoramento de embalagens, rastreabilidade, segurança, sustentabilidade, conformidade regulatória e prevenção de falsificações.

Essa movimentação ocorre em mais de 100 países onde a GS1 está presente. A expectativa é que, nos próximos anos, a maioria dos produtos disponíveis no mercado tenham suas embalagens adaptadas à essa tecnologia em âmbito mundial gradualmente. Isso vai permitir acesso a informações seguras e benefícios como a embalagem estendida, que possibilita ao consumidor obter dados adicionais pelo smartphone no momento da compra, aprimorando a experiência no ponto de venda.

COOPERATIVA VINÍCOLA GARIBALDI É A MAIS LEMBRADA E PREFERIDA NO MARCAS DE QUEM DECIDE

Distinção oferecida pelo Jornal do Comércio foi recebida na manhã de 24 de março, em Porto Alegre



Estratégico para o crescimento e para a expansão da Cooperativa Vinícola Garibaldi no mercado, o espumante novamente posicionou a marca como uma das mais apreciadas pelos gaúchos, corroborando a extensa lista de prêmios internacionais conquistados por seus produtos borbulhantes. A cooperativa recebeu o prêmio Marcas de Quem Decide na categoria “Espumante” como a preferida e mais lembrada por executivos do Estado. A Cooperativa Vinícola Garibaldi aparece no ranking do Marcas de Quem Decide, anualmente, desde 2019, tendo sido, pelas três últimas edições, a mais lembrada e preferida no ranking, na categoria espumantes.

A distinção oferecida pelo Jornal do Comércio e ocorrida no Teatro da Fiegs, em Porto Alegre, dia 24 de março, foi recebida pelo presidente da cooperativa, Oscar Lô. Para ele, o prêmio simboliza um reconhecimento aos constantes investimentos que a companhia tem feito, tanto no campo quanto em infraestrutura, num movimento de valorização de pessoas e de inovação. “Nossa base está no cooperado e em seu engajamento em nosso propósito. Cuidamos de nosso produto em toda a cadeia, do cultivo ao engarrafamento, sem esquecer da sustentabilidade, da pesquisa e da tecnologia como meios para inovar no mercado. É uma grande honra ser reconhecido por esse trabalho que nos propomos, de promover o bem a todos os públicos com os quais nos relacionamos, vivendo a vida em harmonia”, destacou Lô.

Neste ano, o Marcas de Quem Decide foi definido através de 400 entrevistas em 47 cidades com participação igual ou superior a 0,5% do PIB gaúcho. Para tal, os entrevistados responderam a um questionário com 172 perguntas, sob responsabilidade do Instituto Pesquisas de Opinião (IPO). Essa foi a 27ª edição do prêmio, que foi distribuído entre 79 categorias de diversos setores econômicos.

Quer transformar sua equipe e ainda reduzir custos?

Fale conosco: www.drestagio.com.br

Siga nossas redes sociais: @drestagio



Estagiários no varejo

Economia, produtividade e talentos prontos para crescer com sua empresa!
Entre em contato e transforme sua equipe!

Dr. Estágio: A Solução Inteligente para Reduzir Custos e Formar Talentos no Varejo!

Contar com estagiários na operação da sua empresa pode reduzir até 60% dos custos com contratação, além de otimizar setores essenciais do seu supermercado, como:

- ✓ Operação de caixa e empacotador.
- ✓ Atendimento ao cliente e recepção.
- ✓ Reposição e organização de mercadorias.
- ✓ Suporte nas áreas de FLV, padaria, frios e frigorífico.

Nossos estagiários são estudantes do varejo, combinando teoria e prática para desenvolver habilidades essenciais e contribuir com a eficiência do seu supermercado.

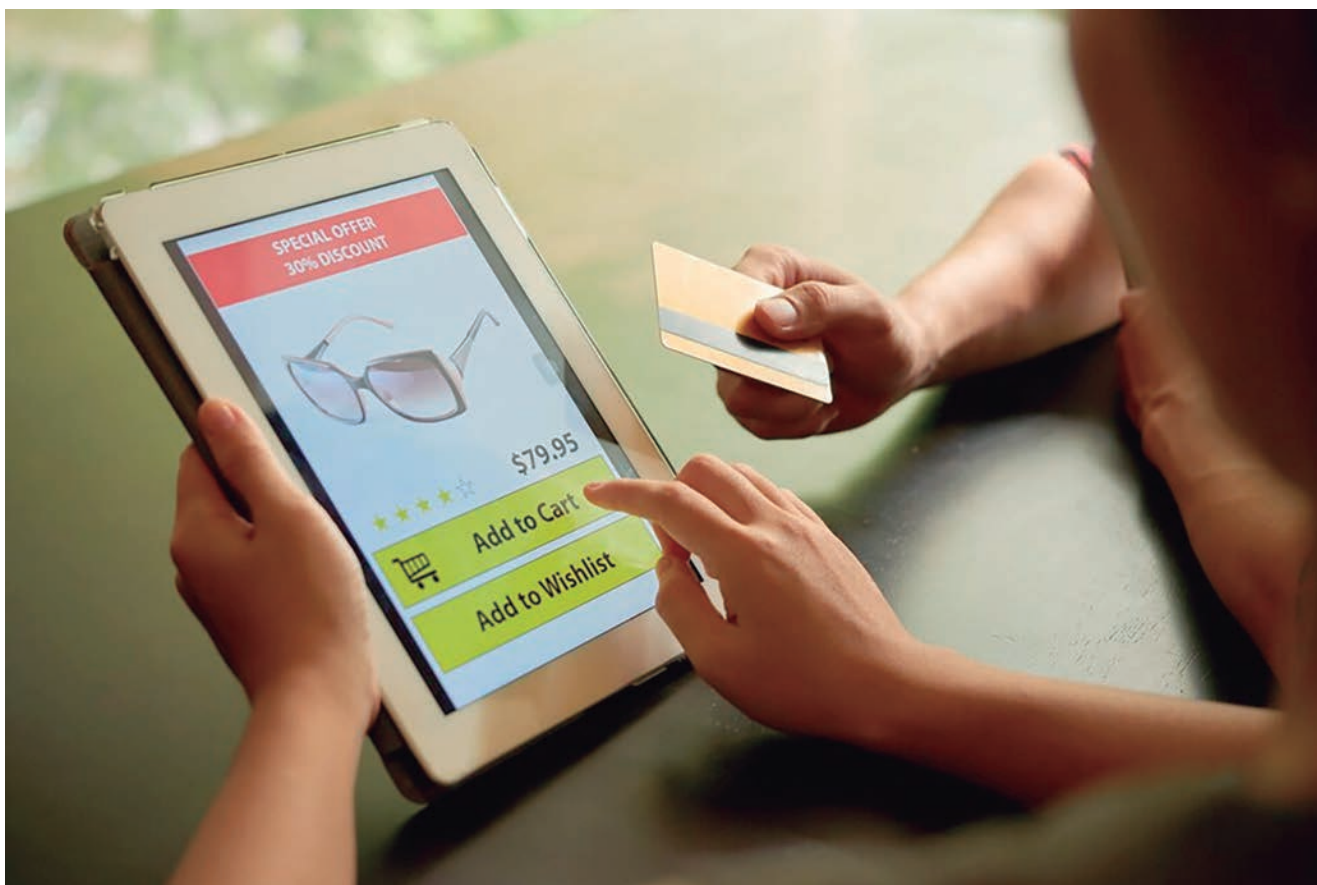
Supermercados que investem em estagiários **criam oportunidades e reduzem custos.**

A falta de mão de obra qualificada desafia o setor supermercadista, com alta rotatividade e custos de treinamento. A solução? **Dr. Estágio:** a forma mais econômica e eficiente de formar talentos para o seu supermercado!

Nosso diferencial? **Somos especializados no setor supermercadista e compreendemos as reais necessidades do varejo**

- ✓ Até 45% dos estagiários são efetivados, reduzindo a rotatividade e fortalecendo a equipe.
- ✓ Mais de 500 supermercados já aderiram. O seu pode ser o próximo!

5 DICAS PARA OTIMIZAR O CHECKOUT E AUMENTAR A CONVERSÃO DE VENDAS ONLINE



Site intuitivo, checkout simplificado e estratégias de remarketing são algumas das estratégias recomendadas por especialista para melhorar a experiência do consumidor e reduzir o abandono de carrinho

Segundo levantamento da Opinion Box, 79% dos consumidores de varejo online desistem da compra na reta final, sendo que 19% abandonam o processo mesmo com itens já selecionados. O momento do checkout

é um dos mais cruciais na jornada de compra, sendo determinante para que o lojista concretize a venda. Simplificar esse processo e aumentar as taxas de conversão são passos essenciais para oferecer uma experiência completa. Dados

da ABComm indicam que o e-commerce deve alcançar um faturamento superior a R\$ 234 bilhões (+15%), com ticket médio de R\$ 539,28 e a inclusão de três milhões de novos compradores, representando uma excelente oportunidade para ajustar as estratégias e otimizar os sites.

Atualmente, o principal motivo para o abandono de carrinho é o alto custo do frete, citado por 53% dos consumidores, de acordo com pesquisa do Baymard Institute. Em seguida, destacam-se a obrigatoriedade de criar uma conta (31%), processos de checkout longos e complicados (23%), a impossibilidade de verificar o valor total da compra antes de concluir a transação (20%), a falta de confiança no site (17%) e prazos de entrega muito longos (16%).

Lucas Castellani, CEO da Cartpanda, um ecossistema para e-commerce, ressalta que o sucesso de um site vai além da atratividade dos produtos. “Os clientes esperam uma experiência personalizada e cuidadosa. Um checkout demorado ou com muitas etapas pode cansar o consumidor e levá-lo a reavaliar a compra, desistindo de finalizar a transação. Caso o cliente abandone o carrinho, uma estratégia eficaz é enviar uma mensagem via e-mail ou SMS com um cupom de desconto, incentivando-o a concluir a compra. Além disso, é importante garantir que o processo de pagamento seja o mais simples e rápido possível, pois cada segundo de demora pode resultar em uma venda perdida”, afirma.

Ainda de acordo com a Opinion Box, 61% dos consumidores afirmam ter recebido cupons de desconto como incentivo para retomar a compra, ajudando a reverter muitos abandonos. Com isso em

mente, Castellani compartilha cinco dicas essenciais para simplificar os processos de compra e aumentar as taxas de conversão:

1. Redução do número de etapas

Concentrar o processo de checkout em uma única página torna a experiência mais ágil, evitando que o cliente desista por causa de um processo longo. Quanto mais rápido e simples, maior a chance de conversão.

2. Site intuitivo

A navegação do site e do aplicativo deve ser simples e intuitiva. O design dos botões e do layout deve facilitar o acesso às informações e tornar o processo de compra mais fluido e sem confusão.

3. Diversidade nas opções de pagamento

Oferecer várias opções de pagamento, como PIX, cartão de crédito, débito e boleto, aumenta as chances de concretizar a venda, atendendo às preferências variadas dos consumidores.

4. Remarketing eficaz

Após o abandono do carrinho, é importante realizar estratégias de remarketing, como enviar um e-mail ou SMS com lembretes e até cupons de desconto, para incentivar o cliente a finalizar a compra.

5. Promoções sazonais

Aproveite datas especiais para criar promoções sazonais, atraindo novos clientes e incentivando os recorrentes a realizar compras. Oferecer descontos nesses períodos pode ser um diferencial importante para aumentar as vendas.



SÃO BRAZ INAUGURA NOVA FÁBRICA NA BAHIA COM 85 MIL M²

A unidade baiana foi projetada para minimizar impactos ambientais, com um moinho elétrico e fornos a gás natural

Em expansão no Nordeste, a indústria de alimentos São Braz inaugurou em março sua nova fábrica localizada em Conceição de Jacuípe, Região Metropolitana de Feira de Santana, com um investimento superior a R\$ 340 milhões e tecnologia de ponta do Grupo suíço Bühler, referência mundial na produção de equipamentos para moinhos.

Garantindo mais eficiência e qualidade na produção de alimentos, a nova unidade investimento complementar de R\$ 50 milhões ainda neste ano.

De acordo com o diretor presidente da Indústria São Braz, a Bahia foi escolhida pela localização privilegiada, infraestrutura logística eficiente e um mercado consumidor robusto. “Esse investimento não é apenas territorial, mas simbólico. Representa a maturidade e a consolidação da São Braz como uma referência no setor alimentício, mantendo nossa essência nordestina”, afirma Leonel Freire.

Na Bahia, a São Braz produzirá nesta primeira etapa farinhas de milho, temperos e coloríficos e os salgadinhos

Pippo's, mas existe um planejamento de agregar produtos, a cada novo ano, trazendo diversidade ao portfólio produzido.

A instalação da nova fábrica deve gerar 1.400 empregos diretos e indiretos em sua primeira fase. Além disso, foram estabelecidas parcerias com fornecedores locais, fortalecendo a cadeia produtiva regional.

Além da construção da área fabril, também está sendo construído, em Conceição do Jacuípe, um grande Centro de Distribuição, com mais de 5 mil m², que vai receber e distribuir não apenas o que for produzido na Bahia, mas também os produtos vindos de Cabedelo, na Paraíba, funcionando como um grande CD regional.

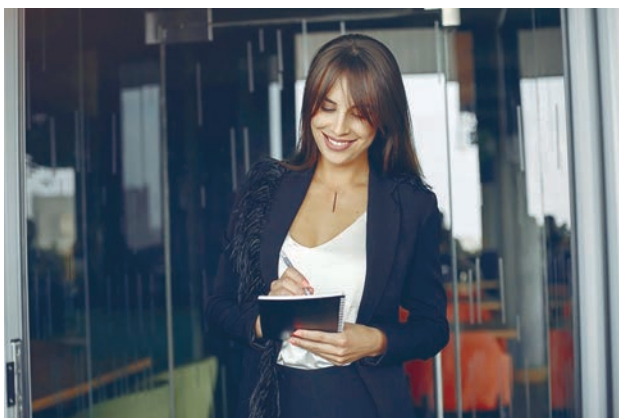
"A princípio, a ideia é atender a região nordeste, facilitando a logística para estados em que já estamos, como Pernambuco, Sergipe e Alagoas, por exemplo. Então estamos reorganizando a operação para, depois, crescer para outros estados", pontua Walber Santos, diretor comercial da empresa.

A unidade baiana foi projetada para minimizar impactos ambientais, com um moinho elétrico e fornos a gás natural, além de seguir normas para o tratamento e reuso de água. A energia utilizada é adquirida no mercado livre, com uma parte significativa proveniente de fontes renováveis.

Com a nova unidade, a Indústria São Braz deve fortalecer a presença no Nordeste, aumentar a capacidade produtiva e manter uma nova etapa de crescimento para a empresa.



CNDL E FEDERAÇÃO VAREJISTA DO RS APRESENTAM NOVA CARTILHA MULHERES QUE CONSTROEM O VAREJO



Em março, a Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas (CNDL), a Federação Varejista do Rio Grande do Sul e a Procuradoria da Mulher do Senado Federal, lançaram em parceria a quarta edição da cartilha *Mulheres que Constroem o Varejo*. O documento destaca a temática Liderança Feminina e ESG: mulheres redefinindo o futuro sustentável, explorando como o tema está alinhado ao perfil dos negócios liderados por elas e, também, os impulsiona ao crescimento.

A cartilha valoriza e reafirma a necessidade de os negócios serem geridos pelos alinhamentos ambiental; estimulando a sustentabilidade social, impactando positivamente as comunidades; e de governança, amparada em princípios que atendam aos interesses de todos os públicos envolvidos.

“O ESG é um tema inspirador, que molda os negócios nesses novos tempos com um olhar mais ético, humano e sustentável. As mulheres estão à frente e conduzem essa mudança, influenciando

novas práticas nos negócios e em todos os campos da vida”, comenta o presidente da Federação Varejista do RS, Ivonei Pioneer. A entidade gaúcha participou diretamente da compilação e redação do material.

Outro destaque do documento é a relação entre o empreendedorismo feminino e o ESG com dados e cases que trazem um panorama dessa interconexão no mundo e no Brasil, onde 34% dos empreendedores são mulheres. Além de auferirem lucro, seus negócios estão comumente ligados a iniciativas sociais e oportunizam trabalho e renda, impactando econômica e socialmente comunidades e inspirando para que outras mulheres empreendam.

O projeto da CNDL é mais uma ferramenta criada para apoiar as mulheres, fomentando empreendedorismo feminino e a equidade de gênero. No material, também são discutidos desafios e oportunidades e compartilhadas dicas para uma liderança digital no ambiente do varejo a partir de práticas de ESG. Além disso, traz a palavra do presidente da CNDL, José César da Costa; da coordenadora da CDL Mulher, Lucia Helena Leijoto Pinto; de Ivonei Pioneer; da coordenadora da CDL Mulher RS, Débora Balbinotti Lunardi; da procuradora especial da Mulher do Senado Federal, senadora Zenaide Maia (PSD); e um artigo da deputada federal Any Ortiz (Cidadania-RS). Antes do ESG, a cartilha apresentou os temas “Comportamento e Liderança” (2024), “Precursoras da Mudança” (2023) e “Perfil da mulher empreendedora no Brasil e ações para alcançar negócios de sucesso” (2022).



Com Jayna Alimentos
você consegue manter
a tradição da Páscoa
com segurança alimentar

Feliz Páscoa



Promovendo Saúde

LIVRE DE: Lactose, Caseína, Glúten,
Colesterol e Gordura Animal.

Saiba mais em
Jaynaalimentos.com.br



SUPERINTER REÚNE SETOR SUPERMERCADISTA E INDÚSTRIA FORNECEDORA EM JUIZ DE FORA

O maior evento supermercadista da região da Zona da Mata reuniu profissionais do setor em dois dias de congresso e feira de fornecedores, apresentando as mais recentes novidades e inovações do mercado

Entre os dias 9 e 10 de abril, empresários, profissionais supermercadistas e da indústria estiveram reunidos para o Expominas, em Juiz de Fora, na Superinter - Congresso e Feira de Supermercados do Interior, edição Zona da Mata. O evento contou com a presença de 2.110 participantes, vindos de 90 cidades.

Maior evento do setor supermercadista na região, a Superinter reúne o varejo e a indústria fornecedora em dois dias ricos em atrações com foco em negócios, fortalecimento das relações empresariais e no desenvolvimento profissional.

“É um evento que a AMIS prepara com muita atenção e cuidado para atender de forma bastante apropriada às demandas do nosso setor, tanto com oportunidades de negócios, quanto no

desenvolvimento profissional”, explica o presidente executivo da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), Antônio Claret Nametala.

Além da feira, o evento ofereceu uma programação diversificada no auditório, com atrações que incluíram palestras técnicas e motivacionais. A programação trouxe renomados palestrantes e especialistas no setor de varejo, que vão compartilhar expertises e vivências com o público, contribuindo para o crescimento e aprimoramento dos participantes em suas áreas de atuação.

A Superinter é realizada pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS) e tem apoio do SEBRAE-MG, da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (SEDE) e da Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais (CODEMGE).

Contagem regressiva:

ative o PDV e gire o estoque com Arroz Emoções.



Abril é o último mês da promoção **Seu Coração em Movimento**. Mas você ainda pode acelerar suas vendas nesta reta final.

O **BYD Dolphin** é um dos carros elétricos mais amados do Brasil. Mais um motivo para seu consumidor comprar **Arroz Emoções** em sua loja.



Fale com nosso representante para saber como melhorar a exposição da promoção no seu PDV.



Tradicional, Coquetel, Lanche ou Lanchinho:

Os pães de queijo da Gosto Mineiro são feitos com mais queijo e qualidade incomparável – o **sabor que o consumidor reconhece e adora!** Seja para aquele lanche rápido ou um momento especial em família, Gosto Mineiro é sempre a escolha certa.

Gosto
mineiro



Produtos premium com sabor que fideliza, feitos para simplificar a vida dos seus clientes. **Abasteça seu estoque com Gosto Mineiro e prepare-se para as vendas de sucesso!**



Aponte
seu celular
e acesse
o nosso site

Fale direto com nosso vendedor:

☎ Fone: (85) 3211.3050
🌐 gostomineiro.com.br
✉ sac@gostomineiro.com.br

Siga nossas redes





Foto: Edu Leporo

ERLON ORTEGA COMPARTILHA DETALHES DA TRAJETÓRIA NO SETOR SUPERMERCADISTA

Proprietário da rede de supermercados Serve Todos e presidente da Associação Paulista de Supermercados (APAS), empresário analisa o setor e aponta objetivos da sua gestão

Por: Ana Carolina Faria

O empresário Erlon Ortega, proprietário da rede de supermercados Serve Todos — com unidades em Pirajuí, Reginópolis, Presidente Alves, Jacanga e Garça — assumiu em 1º de setembro de 2024 a presidência da Associação Paulista de Supermercados (APAS), entidade que representa mais de 4,5 mil supermercados no estado de São Paulo.

Com 30 anos de experiência no setor supermercadista, Ortega é associado da APAS desde 2000, tendo ocupado anteriormente os cargos de diretor regional em Bauru e diretor da APAS Show, a maior feira de alimentos e bebidas das Américas. Em sua gestão para o biênio 2024-2026, ele destaca como pilares a mão de obra, a agenda tributária e o fortalecimento institucional, defendendo, entre outras iniciativas, o combate ao desperdício de alimentos.

RNS: Como foi sua trajetória até chegar à presidência da APAS, e quais foram os desafios em assumir a presidência?

Erlon Ortega: Comecei a frequentar a feira APAS há 20 anos. Depois, me envolvi com a diretoria regional, onde fui diretor e, mais tarde, vice-presidente de sustentabilidade. Atuei na feira por seis anos como diretor e depois como vice-presidente, até chegar à presidência. Sou supermercadista e encaro um grande desafio ao assumir a liderança da entidade, mas conto com um conselho muito competente e uma equipe excepcional na APAS, que dá todo o suporte necessário para que possamos evoluir.

RNS: Ao longo da sua jornada no setor supermercadista, qual foi o momento mais marcante da sua carreira?

Erlon Ortega: Tive muitos momentos marcantes ao longo da minha trajetória. No setor supermercadista, é comum começar com uma mercearia, e comigo não foi diferente. Mas se eu tivesse que destacar um em especial, diria que foi há três anos, com a construção de uma nova loja, onde também funciona nosso escritório central. Esse foi, sem dúvida, um marco para a nossa empresa.

RNS: Que aprendizados ou experiências anteriores mais contribuíram para sua atuação como presidente da Associação?

Erlon Ortega: Aprendi muito ao longo dos anos com diversos presidentes, cada um com seu estilo de gestão, e isso trouxe uma grande contribuição para a entidade. Também tive a oportunidade de acompanhar de perto grandes redes, médias redes e pequenas lojas, o que me proporcionou

um aprendizado valioso sobre diferentes formatos e realidades do setor. Além disso, o contato constante com órgãos públicos e políticos para discutir os desafios do setor me ajudou a desenvolver uma visão mais ampla. Toda essa experiência tem sido fundamental para que eu possa buscar uma gestão eficiente como presidente.

RNS: Como você avalia o cenário atual do setor supermercadista?

Erlon Ortega: Eu avalio o cenário atual do setor como extremamente estratégico, o setor mostrou principalmente na pandemia, que é abastecedor, do primeiro emprego, que é redutor de inflação e temos vários desafios, como a questão da mão de obra e do crescimento. Eu o vejo hoje com muito mais relevância que no passado.

Atualmente, um dos maiores desafios do setor supermercadista é a escassez de mão de obra. No estado de São Paulo, há quase 34 mil vagas abertas em diversas áreas, evidenciando a necessidade de atrair mais profissionais para o segmento. O setor se destaca como uma porta de entrada para os jovens que buscam o primeiro emprego e, cada vez mais, como uma oportunidade de reinserção profissional para trabalhadores acima dos 50 ou 60 anos. Nos supermercados, há espaço para o desenvolvimento de talentos e crescimento profissional, tornando o emprego no setor uma alternativa sólida para diferentes perfis de trabalhadores.

RNS: Você pode compartilhar alguns números sobre faturamento, crescimento e geração de empregos no setor?

Erlon Ortega: Nós ainda estamos fechando os números referentes à 2024, mas para

dar um panorama geral, atualmente, São Paulo é o principal representante do setor no país, sendo responsável por 30% do faturamento nacional e com participação de 9,3% no PIB do Estado. Em 2023, o setor supermercadista paulista faturou mais de R\$300 bilhões, distribuídos em mais de 24 mil lojas no estado. O setor supermercadista emprega mais de 600 mil pessoas em São Paulo e hoje há aproximadamente 34 mil vagas abertas.

RNS: Como o setor tem se comportado diante dos desafios econômicos recentes, como inflação e custo dos insumos?

Erlon Ortega: O setor supermercadista é um setor repassador, mas desempenha um papel importante como um quebra-mola da inflação, pois é totalmente descentralizado e altamente competitivo no Brasil. Ele utiliza seu estoque regulador antes de repassar os aumentos de custos para os preços. Por isso, muitas vezes, o setor não repassa totalmente os índices de inflação, utilizando seu estoque médio para minimizar o impacto no consumidor. Além disso, quando os preços dos produtos caem, devido à concorrência, essa redução ocorre de maneira muito rápida. Outro ponto relevante é que as ofertas e negociações com produtos sazonais também ajudam a suavizar os efeitos da inflação para o consumidor.

RNS: Quais são os planos da associação para fortalecer ainda mais o setor?

Erlon Ortega: No campo da tecnologia, buscamos inovação para otimizar a operação do varejo. No suporte direto aos associados, oferecemos inteligência de dados e ferramentas estratégicas para aprimorar a gestão dos negócios.

Além disso, temos uma atuação ativa nas relações institucionais, garantindo que o setor tenha voz nas discussões governamentais e na formulação de políticas públicas. Monitoramos propostas legislativas, participamos de câmaras técnicas do PROCON e do IPEN e, recentemente, lançamos a terceira edição da nossa agenda legislativa. Todas essas iniciativas reforçam a representatividade do setor e ampliam a capacidade de nossos associados de enfrentar desafios e aproveitar oportunidades.

RNS: Existe alguma iniciativa em andamento para apoiar pequenos e médios supermercados?

Erlon Ortega: O apoio aos pequenos e médios supermercadistas é uma das principais bandeiras desta gestão. Entre as ações estratégicas, destacamos o fortalecimento da Escola APAS por meio de uma nova plataforma de capacitação, a expansão dos eventos regionais e a criação de um setor dedicado a alinhar as estratégias dos pequenos e médios mercados com as grandes indústrias. Essa integração permite melhores negociações, reduz obstáculos operacionais e impulsiona as vendas, garantindo mais competitividade e sustentabilidade para os nossos associados.

RNS: Na sua visão, qual foi a maior transformação do setor supermercadista nos últimos anos?

Erlon Ortega: Um dos principais desafios é a integração do varejo físico com o digital, garantindo uma experiência de compra fluida e eficiente. Além disso, há a necessidade de entender e atender os novos hábitos de consumo, especialmente dos

jovens, que buscam conveniência, personalização e novas formas de interação com as marcas.

Entre os desafios do setor está compreender e acompanhar o ritmo de compra de cada cliente — seja ele semanal ou mensal — e oferecer embalagens e sortimentos que atendam a diferentes perfis de consumo. Além disso, a presença digital se tornou essencial, não apenas para vendas online, mas também para fortalecer o relacionamento com o cliente, garantir conveniência e reforçar a fidelização. Adaptar-se a essa nova dinâmica é fundamental para o sucesso dos supermercados no cenário atual.

Outro ponto fundamental é o papel social dos supermercados, que vão além da venda de produtos, podendo impactar positivamente suas comunidades por meio de iniciativas sustentáveis e ações sociais. Ser uma empresa cada vez mais

sustentável, desde a operação até a construção de lojas mais ecológicas, é um caminho sem volta para o setor. Essas transformações exigem adaptação e inovação constantes, e têm moldado o futuro do varejo supermercadista.



Foto: Edu Leporo

RNS: Quais foram as principais conquistas da APAS sob sua liderança?

Erlon Ortega: As conquistas da APAS não são mérito exclusivo de uma única gestão, mas resultado de um trabalho contínuo e colaborativo ao longo dos anos. Cada administração construiu degraus importantes nessa trajetória de aprimoramento, e hoje colhemos os frutos desse esforço conjunto.

Atualmente, um dos principais focos é o fortalecimento das relações institucionais, aproximando o setor dos órgãos governamentais e ampliando sua representatividade. Além disso, seguimos avançando na melhoria da Escola APAS, promovendo capacitação e desenvolvimento para os supermercadistas.

Também registramos um crescimento significativo no número de associados e empresas participantes, e temos uma meta ousada para expandir ainda mais essa base. Todas essas iniciativas refletem o compromisso contínuo de fortalecer o setor e oferecer cada vez mais suporte aos nossos associados.

RNS: A sustentabilidade tem sido uma pauta crescente no varejo. Como o setor supermercadista tem se adaptado a essa demanda?

Erlon Ortega: Nosso papel como entidade é apoiar supermercadistas de todos os portes nesse processo. Enquanto as grandes redes já possuem práticas consolidadas, o desafio está em orientar pequenos e médios supermercadistas sobre como adotar medidas sustentáveis de forma viável e eficiente.

Atuamos para mostrar que a sustentabilidade vai além do impacto ambiental, abrangendo também o papel social do setor. Isso inclui iniciativas como programas de reciclagem, modelos de regeneração que reduzam a agressão ao meio ambiente e a construção de lojas mais sustentáveis. Essa é uma demanda crescente do mercado e da sociedade, e a APAS tem trabalhado ativamente para que todo o setor avance nessa jornada.

RNS: Como o setor pode lidar melhor com a concorrência do comércio eletrônico e do varejo de atacarejo?

Erlon Ortega: O varejo supermercadista passa por uma transformação impulsionada pela diversificação dos canais de venda. Hoje, além dos supermercados tradicionais, o online cresce rapidamente e outros tipos de comércio também vendem itens do setor, tornando a concorrência ainda mais acirrada. O desafio é conectar o físico ao digital sem perder a essência da experiência de compra presencial, que ainda tem grande valor para o consumidor. Ir ao supermercado continua sendo um momento de descoberta e prazer — sentir o cheiro do pão fresco, escolher flores ou apreciar um café são diferenciais que fortalecem a conexão com o público.

Quando falamos da concorrência com o atacarejo, percebemos que a diferença de preço entre os modelos de negócio diminuiu nos últimos anos. Isso se deve à maior eficiência dos supermercados,

que reduziram custos e se tornaram mais agressivos na precificação. Ao mesmo tempo, o atacarejo ampliou sua oferta de serviços, incluindo padaria, açougue e frios, o que elevou seus custos operacionais e reduziu a vantagem de preço. Outro ponto a favor dos supermercados é a flexibilidade na compra por unidade, sem a necessidade de levar grandes volumes para obter economia.

RNS: Que conselho daria para empresários que desejam investir no setor supermercadista?

Erlon Ortega: Meu conselho reflete uma visão pragmática e otimista, essencial para quem trabalha no setor supermercadista. O supermercadista, de fato, é uma pessoa resiliente por natureza, acostumada a lidar com as adversidades econômicas, crises e mudanças constantes. O setor tem mostrado uma capacidade impressionante de crescer e se reinventar, mesmo em tempos desafiadores, o que demonstra sua força e potencial.

Investir no setor supermercadista é uma escolha estratégica que, com as análises corretas, o uso de boas ferramentas de gestão e muito trabalho, tem um retorno significativo. Manter-se conservador nas decisões, mas sempre aberto à inovação e adaptação, é o caminho para continuar prosperando nesse mercado dinâmico. O seu DNA, como você bem coloca, é de perseverança e visão de longo prazo, características que são fundamentais para o sucesso no setor.

O lugar para quem quer EVOLUIR

VR SOFTWARE
SIMPLIFIQUE

**TRANSFORME E EVOLUA O NÍVEL DO SEU
SUPERMERCADO COM A VR SOFTWARE!**

VR MASTER WEB

Com o ERP da VR 100% na nuvem, acompanhar o crescimento da sua empresa se tornou uma tarefa simples. Com o VR Master Web, você tem o controle total dos processos do seu supermercado onde quer que esteja.

O VR Master Web oferece uma estrutura robusta, com um design prático e intuitivo, garantindo operações estáveis e seguras. Além disso, ele torna sua gestão mais ágil e eficiente, permitindo que você tome decisões rápidas e assertivas de qualquer lugar.

VR ANALYTICS

No varejo atual, dados não são apenas números; são a chave para decisões estratégicas e crescimento. O VR Analytics é a solução definitiva para transformar dados em insights valiosos.

Com relatórios personalizados, gráficos dinâmicos e análises detalhadas, você terá uma visão completa do desempenho da sua operação. Identifique tendências, antecipe problemas e otimize processos, sempre com informações claras e acessíveis, projetadas para potencializar resultados.

Tome decisões baseadas em dados e leve sua gestão a um novo patamar com o VR Analytics. Acesse o QR Code para saber mais.



NRF 2025: estratégias do CEO da Amazon Stores Mundial para o futuro do varejo

POR ANDRÉ TETÉ, HEAD DE INOVAÇÃO DA VR SOFTWARE

A NRF Retailers' Big Show é a maior feira do varejo global, realizada anualmente em Nova York, reunindo os principais players de mais de 90 países. Na edição de 2025, tive a oportunidade de vivenciar tudo de perto, acompanhando palestras de gigantes como Amazon, Mattel, Reebok, Walmart, Intel e Nvidia, abordando temas como inovação e impacto no consumidor.

As palestras foram ricas em aprendizados, com destaque para a de Doug Herrington, CEO Worldwide da Amazon Stores. Ele detalhou como a Amazon está em constante evolução para atender às necessidades dos clientes, com exemplos como a implementação de inteligência artificial para personalizar a experiência de compra, incluindo novas formas de busca e recomendações por meio de tecnologias avançadas.

Além disso, Herrington trouxe insights sobre como as empresas devem estar atentas a questões de trabalho e sustentabilidade. A Amazon utiliza tecnologia de ponta em seus centros de distribuição, como robôs colaborativos e veículos elétricos, visando eficiência e segurança. Também investe em tecnologias de reconhecimento visual para otimizar o transporte e reduzir impactos ambientais.

Uma frase marcante de Herrington foi: "Não temos que ser apaixonados por inovação, e sim nos apaixonar por falhar." Ele nos convida a repensar a maneira de encarar o fracasso, sugerindo que o verdadeiro crescimento e inovação surgem quando abraçamos o erro como parte essencial do processo de evolução.

Embora o medo de falhar muitas vezes limite a inovação ousada, Herrington enfatiza que a falha não é o fim, mas um passo necessário para o aprimoramento. Adotar essa mentalidade torna as empresas mais resilientes e preparadas para criar inovações significativas, sabendo que o erro é um aliado natural no caminho para o sucesso.

A NRF deixa uma mensagem clara: as tendências são ditadas pelos consumidores, e não pelas empresas. Ao ver tudo isso de perto, percebi que a VR Software está trilhando o caminho certo, implementando as ideias necessárias para crescer e sendo pioneira como a primeira empresa brasileira de softwares para supermercados a ter um estande na NRF.



ANDRÉ TETÉ é Head de Inovação da VR Software, empresa brasileira especializada em tecnologia para o setor supermercadista, que transaciona cerca de R\$50 bilhões todos os anos.

EMPRESAS PERDEM ATÉ 30% DA PRODUTIVIDADE POR FALTA DE GESTÃO ESTRUTURADA DE PROJETOS, APONTA ESTUDO



Solução inovadora organiza processos, melhora a tomada de decisão e reduz desperdícios operacionais

A falta de organização e visibilidade na gestão de projetos pode comprometer significativamente a produtividade das empresas. Estudos apontam que equipes sem um sistema estruturado desperdiçam até 30% do tempo com retrabalho, falta de alinhamento e dificuldade no acesso a informações essenciais. Além disso, 75% dos projetos falham por não seguirem um planejamento claro, segundo o PMI (Project Management Institute).

Para enfrentar esses desafios, soluções que unem automação, centralização de informações e inteligência de dados estão transformando a forma como empresas gerenciam seus projetos. Um sistema de gestão eficiente permite não apenas a organização completa de tarefas e documentação, mas também integra gráficos Gantt para controle de prazos, modelos de visualização como Kanban e tabelas, e acompanhamento financeiro detalhado de cada projeto.

“A implementação de sistemas automatizados permite a otimização dos fluxos de trabalho, contribuindo para um gerenciamento mais ágil e eficiente. Ferramentas desse tipo podem atuar de forma estratégica, trazendo uma tomada de decisão baseada em dados”, afirma Thais Mendes, Head of Customer Experience em Smart Solutions da Pitney Bowes, multinacional orientada pela tecnologia que oferece soluções de envio em SaaS e inovação em correspondências em todo o mundo.

Segundo Thais Mendes, a digitalização dos processos internos é um fator crucial para a competitividade das empresas, onde sistemas automatizados garantem um fluxo de trabalho mais estruturado e responsivo, reduzindo gargalos e melhorando a experiência do cliente final.

Entre os exemplos de soluções eficientes, está o PB One Service (PBOS), que oferece funcionalidades modulares e personalizáveis, permitindo que as empresas adaptem a tecnologia às suas necessidades específicas. Com a implementação dessas soluções, as organizações conseguem aumentar sua produtividade e otimizar sua operação de forma escalável e eficiente.

Diante de um cenário cada vez mais competitivo, investir em tecnologia para gerenciamento de projetos se torna um diferencial e, principalmente, uma necessidade para manter a produtividade e garantir entregas de alto desempenho.

“O PBOS é uma solução que não necessita de investimento em infraestrutura e profissionais de TI. Fácil de usar, a gestão de projetos se torna mais

eficiente entre equipes, garantindo um fluxo de trabalho mais estruturado e estratégico, já que a tomada de decisão é baseada em dados, com relatórios e dashboards em tempo real”, explica a executiva.

Com a crescente demanda por colaboradores mais focados e estratégicos, a implementação de soluções automatizadas, como o PBOS, possibilita gerenciar tarefas, antecipar desafios e melhorar a comunicação entre as equipes, o que reduz gargalos e melhora processos manuais, como salienta Thais.

Para ela, a eficiência operacional na gestão de projetos é fundamental para o sucesso organizacional, proporcionando melhorias significativas na qualidade, produtividade e redução de custo. “Ao utilizar o sistema PB One Service, cada equipe pode gerenciar e controlar de forma integrada seus projetos, atribuindo tarefas e chamados a outros departamentos, otimizando o tempo de controles manuais e individuais, tornando os processos mais transparentes e eficientes”, finaliza Mendes.





ATACADÃO CELEBRA 63 ANOS DE CRESCIMENTO CONSISTENTE E PRESENÇA EM TODOS OS ESTADOS BRASILEIROS

Rede atacadista reforça seu papel essencial no abastecimento nacional, com estratégias regionais e foco no desenvolvimento socioeconômico local

Em abril, o Atacadão, única rede de cash&carry presente em todos os estados do Brasil e Distrito Federal, celebra 63 anos de uma trajetória sólida e de expansão contínua. Com mais de 380 unidades de autosserviço e 36 atacados de entrega e centros de distribuição, a rede alcança cerca de 95% dos municípios brasileiros. Essa abrangência tem sido um dos pilares do sucesso da marca, que segue atendendo tanto pequenos empreendedores quanto consumidores finais, e desempenha um papel fundamental na cadeia de abastecimento nacional.

Esse modelo de negócio eficiente impulsionou o crescimento sustentável da rede, consolidando-a como referência no segmento atacarejo.

Ao longo dos seus 63 anos, o Atacadão conseguiu se manter relevante e expandir sua presença de forma consistente, com foco em estratégias adaptadas às especificidades de cada região. “Nosso crescimento tem sido sustentado pela nossa capacidade de entender e atender às necessidades locais. Cada região tem suas particularidades, e isso nos permite oferecer preços atrativos, produtos essenciais e um portfólio diversificado”, afirma Marco Oliveira, CEO do Atacadão.

A rede também assume compromissos para o desenvolvimento socioeconômico de cada região brasileira. Hoje, conta com mais de 76 mil colaboradores e contribui para a geração de renda de milhares de famílias, além de fortalecer o empreendedorismo local, com iniciativas voltadas ao apoio a pequenos e microempreendedores e aos seus negócios.

Inovações e novas experiências ao cliente

Nos últimos anos, o Atacadão tem investido na modernização de suas lojas, na digitalização de processos e na ampliação de serviços para oferecer mais praticidade aos clientes. O aplicativo **Meu Atacadão**, por exemplo, permite acesso a ofertas exclusivas e descontos especiais. Além disso, o **Cartão Atacadão** oferece parcelamentos vantajosos e prazos estendidos de pagamento, enquanto parcerias com aplicativos de entrega garantem ainda mais conveniência.

A rede também tem expandido seus serviços voltados ao consumidor final. Hoje, 170 unidades já contam com os setores de **padaria, açougue e frios e fatiados**, e 191 possuem **caixas de autoatendimento** para compras menores. Novos setores, como **Flores e Eletrodomésticos**, ampliam ainda mais o portfólio da marca.

A sustentabilidade também é uma das frentes prioritárias do Atacadão. A empresa tem investido na instalação de placas de energia solar, na iluminação de LED e na instalação de carregadores para carros elétricos nas unidades, como parte de um esforço contínuo para reduzir o impacto ambiental.





VAN FERNANDES É RECONHECIDA COMO UMA DAS PROFISSIONAIS DO ANO DA ABRAS NA CATEGORIA CEOS

A força da liderança feminina no varejo alimentar brasileiro ganhou mais um importante reconhecimento. A empresária Van Fernandes foi consagrada vencedora do Prêmio Profissionais do Ano 2025, promovido pela ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados), na categoria CEOs (Diretor Geral ou Presidente) – a mais prestigiada premiação do setor no país.

A premiação, que destaca os nomes mais influentes do varejo nacional, reconhece a trajetória de Van marcada por liderança sólida, inovação estratégica e compromisso com a excelência na gestão de pessoas, processos e resultados. Sua atuação à frente de grandes desafios do setor supermercadista tem se destacado por implementar soluções humanas e

sustentáveis, gerando impacto positivo tanto nos negócios quanto nas comunidades atendidas.

A escolha dos vencedores foi realizada por um Comitê de Especialistas, com base na percepção do mercado e em critérios que reforçam os pilares da atuação profissional: Liderança / Profissionalismo / Performance / Resultados / Cooperação / Contribuições ao setor.

A conquista reforça o protagonismo de Van Fernandes no cenário local e nacional, consolidando-a como uma referência no varejo alimentar brasileiro e uma inspiração para novas gerações de líderes.

Sua trajetória de sucesso reflete não apenas competência e inovação, mas também o olhar sensível para as pessoas e para o futuro do setor.

INOVAÇÕES NO VAREJO: PIX E DREX IMPULSIONAM DEMOCRATIZAÇÃO DOS MEIOS DE PAGAMENTO NO BRASIL

Com tecnologias avançadas e soluções inovadoras, o comércio brasileiro se prepara para uma nova era de eficiência e inclusão financeira



O setor de pagamentos vive um momento de evolução em 2025, impulsionado por inovações tecnológicas que buscam facilitar a jornada do cliente e ampliar o acesso a ferramentas financeiras. A Ingenico tem se destacado com sua linha de terminais Android, que oferece escalabilidade, portabilidade e integração entre experiências de compra físicas e digitais. As soluções visam não apenas otimizar processos para lojistas, mas também expandir oportunidades para pequenos negócios.

No Brasil, o avanço do Pix, agora com a funcionalidade de pagamento por aproximação, e a chegada do Drex estão entre as principais novidades. As duas tecnologias reforçam a democratização dos meios de pagamento, tornando-os mais

acessíveis para consumidores e varejistas de todos os portes.

Essas novidades foram apresentadas durante a 115ª edição da NRF, o maior evento de varejo do mundo, realizado em Nova York. A conferência, que atrai mais de 40 mil profissionais de quase 100 países, incluindo uma expressiva delegação brasileira de mais de quatro mil participantes, é palco para discussões sobre as principais tendências de consumo, tecnologia, logística, gestão e inovação no setor varejista.

Durante o evento, a Ingenico apresentou suas mais recentes inovações, com foco na integração do programa de fidelidade em toda a jornada do cliente. Mayra Scarpelli, Diretora Executiva Comercial da Ingenico, esteve na feira e destacou a evolução da linha Android com portabilidade entre os terminais.

"A Ingenico oferece um ecossistema de pagamento escalável que integra perfeitamente as experiências de compra no mundo físico e online. Com a evolução de seus terminais, a empresa aproveita o desenvolvimento contínuo do sistema Android, passando do Android 5 para o

Android 10 e, em seguida, para o Android 12. A linha AXIUM é um exemplo disso, pois não apenas facilita a jornada do cliente, mas também garante escalabilidade e portabilidade”, pontua a especialista.

Scarpelli explica que, com as soluções Ingenico, uma vez que se desenvolve uma solução num terminal Smart POS e precisa fazer a portabilidade para uma nova versão, não é necessário recomeçar do zero. “Ele simplesmente pede uma atualização e, a partir daí, você pode até usar o L1, L2, L3 que você já tem dos outros terminais para utilizar como compatibilidade. Assim, o lojista ganha a celeridade de que precisa para ter uma melhor experiência no ponto de venda. É o uso da IA a nosso favor”, comemora.

Outro ponto-chave é a desintermediação da jornada de pagamento, permitindo que, em qualquer momento, o cliente possa criar sua própria experiência, inclusive em pequenos estabelecimentos. “Enfatizamos que a quebra de barreiras, antes exclusivas para grandes empresas, está se expandindo para negócios menores, impulsionada pelo empoderamento e pela inteligência artificial, transformando pequenos núcleos em grandes potências”.

A evolução do Pix, o sistema de pagamentos instantâneos no Brasil, promove transações seguras e confiáveis, graças à integração com terminais, PDV e plataformas como o Windows. Isso torna as formas de pagamento cada vez mais acessíveis e democráticas.

“Antes, o que era extremamente caro agora oferece uma flexibilidade muito maior. Ao comparar o custo de um PDV com automação e frente de caixa há dez anos com os preços atuais, fica claro que

se tornou significativamente mais acessível para os lojistas. Isso faz todo o sentido para os varejistas, que podem optar por terminais menores e integrados”. Segundo a especialista, o Brasil está vivendo um cenário tecnológico em ascensão no varejo, impulsionado pela consolidação do Pix e pela chegada do Drex.

O Pix, que já é um meio de pagamento instantâneo amplamente adotado, agora oferece a funcionalidade de pagamento por aproximação, permitindo que os usuários façam transações sem a necessidade de digitar senhas ou usar QR codes, apenas aproximando o celular das maquininhas de cartão. Já o Drex, uma plataforma blockchain que permite a troca de ativos digitais por meio de contratos inteligentes, está na segunda fase de testes e deve começar a ser implantado ainda este ano, com lançamento previsto para 2026. “O Drex visa democratizar o acesso a produtos financeiros e criar novos serviços, promovendo eficiência e segurança nas transações financeiras”, conclui.



APAS SHOW 2025 IMPULSIONA A INTERNACIONALIZAÇÃO DO VAREJO BRASILEIRO EM SUA 39ª EDIÇÃO



Com 250 expositores representando 22 países, o evento promove networking, atração de investidores e insights transformadores para o futuro do setor

O festival APAS SHOW reafirma seu papel como uma plataforma essencial para inovação, crescimento e internacionalização do varejo brasileiro. Em sua 39ª edição, que acontecerá de 12 a 15 de maio, no Expo Center Norte, o evento, que é o maior festival de alimentos e bebidas das Américas e o maior encontro supermercadista do mundo, reunirá varejistas, investidores e especialistas globais para promover conexões estratégicas, apresentar soluções de ponta e moldar o futuro do setor supermercadista no Brasil e no mundo.

A economia brasileira passa por um importante ciclo de expansão, com crescimento anual acima de 3% ao longo

do último quadriênio, sustentado pelo consumo das famílias e o aumento da renda real da população. Para os próximos anos, a economia brasileira deverá continuar crescendo apoiada na expansão da renda e do mercado de trabalho e o setor supermercadista será fundamental neste ciclo de expansão. O festival se consolida como o ponto de encontro ideal para atrair investidores e compradores internacionais, conectando varejistas brasileiros a mercados globais. Estarão presentes 22 países, reunindo 250 expositores internacionais que participarão do evento, transformando a feira em uma vitrine de produtos e práticas que destacam a excelência do varejo

nacional e abrem portas para negócios e parcerias no exterior.

Os espaços dedicados ao networking internacional são um diferencial que reforça o caráter global do evento APAS SHOW. Essas áreas proporcionam um ambiente para contatos diretos entre empresas nacionais e investidores estrangeiros, criando oportunidades de parcerias estratégicas. Essa conexão não apenas expande o alcance das companhias brasileiras, mas também promove um intercâmbio de ideias e práticas que impulsionam a inovação e fortalecem o posicionamento do Brasil no cenário internacional.

O congresso “Um novo líder para um novo varejo - Update-se”, parte integrante da programação do festival APAS SHOW 2025, será outra grande atração do evento. Com palestras e painéis liderados por especialistas globais, o congresso abordará temas como a transformação digital, o consumo sustentável e a adaptação às novas dinâmicas de comportamento do consumidor. Essa agenda rica em insights e estratégias práticas é pensada para atender tanto às necessidades de pequenos empreendedores quanto às demandas dos grandes players, garantindo uma atualização essencial para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades do mercado global.

Além disso, a edição de 2025 reforça os seis “C”s que são pilares da APAS SHOW e guiam as principais discussões e soluções apresentadas. A **Companhia** se concentra em estratégias que aprimoram a eficiência operacional e promovem o crescimento sustentável, enquanto a **Consciência Inclusiva** garante que o evento esteja alinhado às demandas de uma sociedade mais conectada, valori-

zando práticas responsáveis e a diversidade. O **Consumidor** é o protagonista das discussões, guiando inovações tecnológicas que aprimoram a experiência de compra, enquanto a **Categoria** vai além dos alimentos e bebidas, oferecendo soluções em tecnologia, logística, infraestrutura e finanças. A **Cultura** explora as mudanças regionais e novas dinâmicas econômicas que moldam o mercado, enquanto as **Conexões** são o motor principal do evento, criando oportunidades para parcerias e crescimento estratégico.

“O festival APAS SHOW 2025 não é apenas um evento, mas uma plataforma transformadora que conecta o Brasil ao mercado global. Nosso objetivo é destacar o varejo brasileiro, promover inovação, parcerias estratégicas e o intercâmbio de ideias que impulsionam o setor para o futuro,” afirma Carlos Correa, Diretor Geral da APAS.

Com uma abordagem inovadora, soluções de ponta e uma programação que reflete as demandas do mercado global, o encontro é um ambiente único para abrir a mente, fechar negócios e moldar o futuro do varejo. Seja para explorar soluções digitais, adotar práticas sustentáveis ou se conectar a uma rede global de parceiros, o festival é o ponto de encontro essencial para empresas que buscam inovar e expandir em um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo.

SERVIÇO APAS SHOW 2025

Quando: de 12 a 15 de maio de 2025

Horários: 12h às 20h

15 de maio: das 12h às 18h

Local: Expo Center Norte

Endereço: Rua José Bernardo Pinto, 333 – Vila Guilherme – São Paulo/SP

Novidade

Um brinde aos seus
novos sucos preferidos



• Acerola • Cajá • Goiaba
• Morango com tangerina • Maracujá • Graviola

• Prontos para beber • Embalagens de 1 litro e 300 ml

Instagram somospomar Facebook somospomar

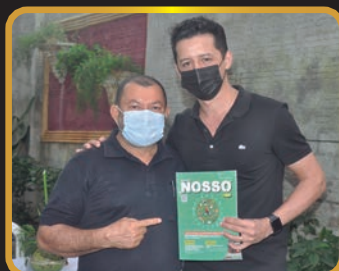
Pomar 
Viva o que faz bem

Revista

NOSSO[®]



UMA HISTÓRIA DE
UNIÃO, PROPÓSITO E
TRANSFORMAÇÃO





Chegar à centésima edição de uma revista não é apenas alcançar um marco — é contar uma história de coragem, visão e reinvenção. Ao longo dos anos, a Revista Nosso Setor consolidou-se como uma ponte entre o varejo, a indústria e os leitores que acreditam na força da informação para transformar realidades.

Tudo começou com um sonho coletivo: fortalecer os pequenos supermercados por meio da união. “Criamos uma central de compras, a Rede Brasil de Supermercado, com 18 pequenos mercadinhos. A ideia da revista, que na época chamava-se Nossa Ceará, nasceu como um veículo interno, para fomentar o setor e levar informação de qualidade aos



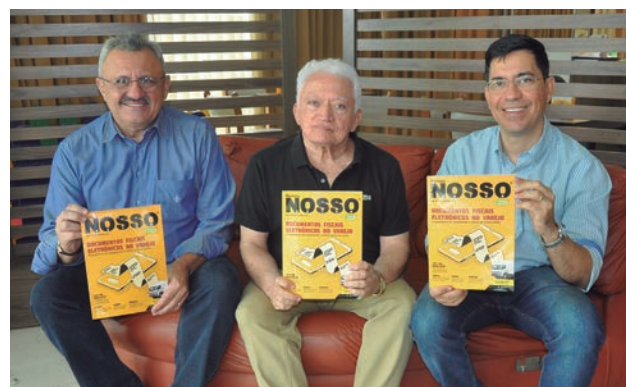


nossos associados”, relembra Antônio Vieira. Convencer os primeiros parceiros a embarcar nessa visão não foi simples, já que nenhuma outra rede havia tentado algo semelhante.

Com o tempo, a revista, ainda presa por grampos, ganhou fôlego, conquistou o mercado e passou a chamar atenção da indústria. “Aos poucos, fomos crescendo. Mudamos a diagramação, passamos para lombada, ganhamos espaço em outros estados. Deixamos de ser apenas do Ceará, e nos tornamos Nosso Setor, uma revista nacional”, explica.

A chegada da pandemia trouxe um dos maiores desafios, mas também um dos momentos mais marcantes. Com muitas empresas fechando as portas, a equipe decidiu ousar: apostou no digital, modernizou os processos e expandiu fronteiras. “Foi um período de reinvenção. Ganhamos leitores no Canadá, Estados Unidos e Portugal. Nos tornamos globais”, celebra o presidente.

Ao longo dessas 100 edições, a Revista Nosso Setor não só acompanhou as transformações do mercado, como ajudou a moldá-las. Esteve presente nos prin-





cipais eventos do setor, como a APAS, o Consuper e inaugurações que marcaram a evolução do varejo no país. O compromisso com a qualidade editorial, o bom design e a escolha criteriosa dos temas sempre foram marcas registradas.

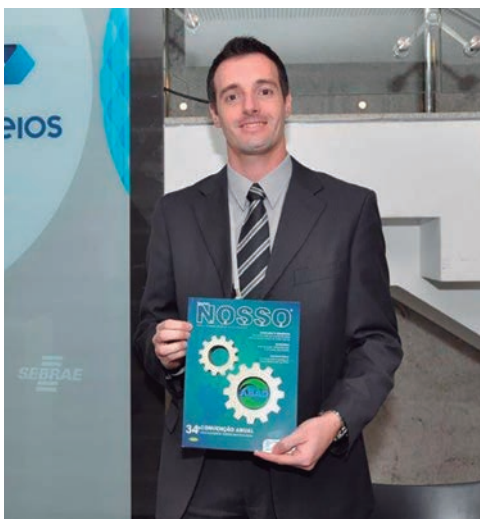
“A maior lição que aprendemos é que, para ser um bom veículo de comunicação, precisamos conhecer profundamente nosso público. Saber o que ele quer, o que precisa, e como podemos contribuir com soluções, conhecimento e inspiração”, destaca.

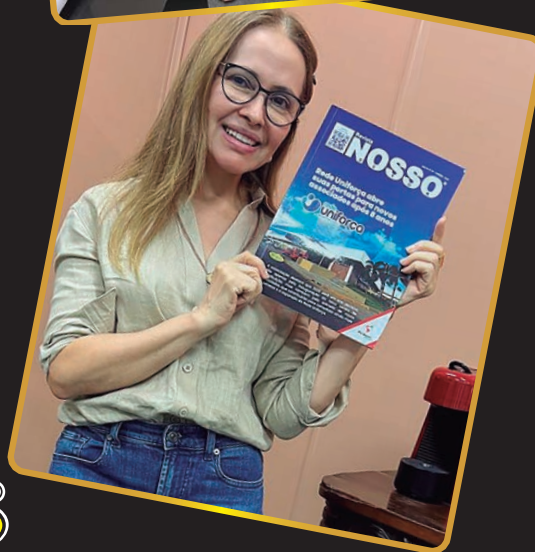
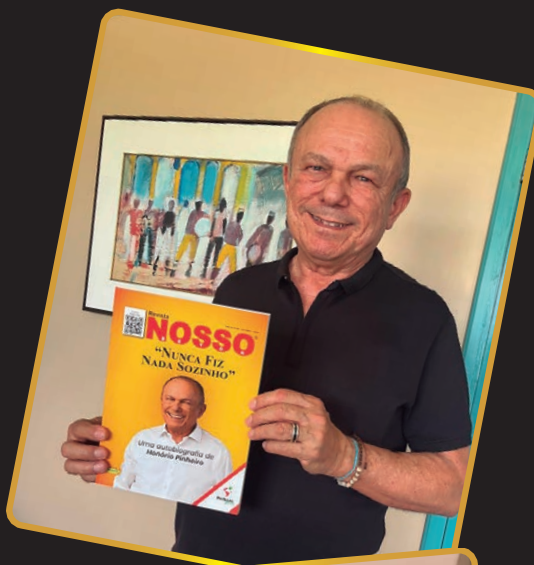
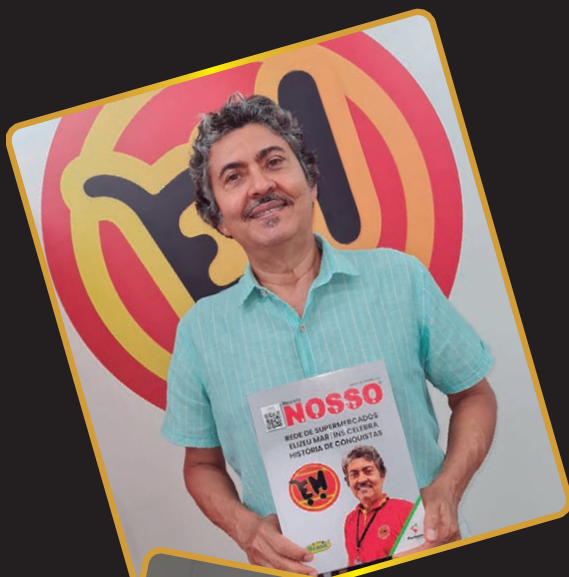
Para o futuro, o plano é seguir evoluindo. A revista quer ampliar sua presença, dar visibilidade às histórias que merecem ser contadas e continuar levando conteúdo relevante sobre

gestão, operação e inovação no varejo. “Queremos fomentar ainda mais o crescimento das redes e das centrais de negócios do nosso país”, afirma Vieira.

E aos leitores que caminharam junto até aqui, o presidente deixa uma mensagem afetuosa: “Meu apreço, carinho e admiração a todos vocês. Leiam sempre! Ler transforma. Nosso time estará sempre buscando o melhor para sua satisfação e crescimento. Mande suas sugestões, críticas, elogios — essa revista é feita por e para vocês.”

A Revista Nosso Setor chega à **edição 100 celebrando** muito mais que números. Celebra histórias, relações e um propósito que continua vivo: fortalecer o varejo brasileiro com informação, parceria e paixão.







Revista

Nosso[®]

Ceará



LOJAS DE DESCONTO: VAREJISTAS APOSTAM EM MODELO DE BAIXO CUSTO OPERACIONAL PARA OFERTAR PRODUTOS COM MENORES PREÇOS E AUMENTAR COMPETITIVIDADE

Inspirado nas hard discounters, modelo consolidado na Europa, formato de lojas tem ganhado espaço nos Estados Unidos e América Latina





EDITORIAL

Nesta edição, destacamos movimentos estratégicos e inspiradores que estão moldando o futuro do varejo cearense. Com foco em eficiência, protagonismo feminino e saudabilidade, o setor segue se reinventando para atender a um consumidor cada vez mais exigente e consciente.

Um dos destaques é a aposta das redes varejistas no modelo de lojas de desconto. Inspirado nos hard discounters europeus, esse formato vem ganhando espaço ao oferecer uma proposta de valor centrada em operação enxuta, mix reduzido e preços mais acessíveis. No Ceará, o Grupo São Luiz tem liderado este movimento com a expansão do Mercado São Luiz, ampliando sua presença e competitividade por meio de uma estratégia que alia praticidade e economia.

O protagonismo das mulheres também ganhou destaque com a terceira edição do Lidera Mulher, promovida pela Acesu em Fortaleza. O evento reuniu quase mil participantes e trouxe à tona

debates fundamentais sobre liderança feminina, igualdade de gênero e construção de ambientes corporativos mais justos. Histórias como a da influenciadora Mila Costa inspiraram o público e reforçaram a importância da representação feminina no setor.

Ainda pensando em bem-estar e qualidade de vida, o Pão de Açúcar lançou o 'Espaço Mais Equilíbrio', um ambiente dedicado a produtos saudáveis que reflete o crescimento constante da demanda por alimentação mais consciente. Com mais de 1.100 itens selecionados, o novo conceito busca facilitar o acesso a opções como orgânicos, sem glúten, sem lactose e sem açúcar, alinhando-se ao estilo de vida de um consumidor cada vez mais informado e exigente.

Com iniciativas que vão da eficiência operacional à promoção da diversidade e da saudabilidade, o varejo cearense mostra que está pronto para os desafios do presente e as oportunidades do futuro.

Boa leitura!

Caminhões VW Entregam + Valor para o seu negócio.



Caminhões
Ônibus



IMPERDÍVEL
TAXA A PARTIR DE 1,19%
PELO BANCO VOLKSWAGEN



CEQUIP *zap*
Solução completa para sua frota.



85 3444.4444



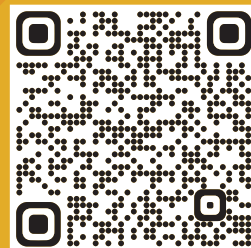
No trânsito, escolha a vida!



cequip.cequip



@cequipoficial



Oferta válida até 28/02/2025 ou enquanto durar o estoque. Consulte as demais condições de financiamento com a nossa equipe. A imagem é meramente ilustrativa. Condição sujeita à análise do Banco Volks.



LOJAS DE DESCONTO: VAREJISTAS APOSTAM EM MODELO DE BAIXO CUSTO OPERACIONAL PARA OFERTAR PRODUTOS COM MENORES PREÇOS E AUMENTAR COMPETITIVIDADE

Inspirado nas hard discounters, modelo consolidado na Europa, formato de lojas tem ganhado espaço nos Estados Unidos e América Latina

Nos últimos anos, os supermercados de desconto – conhecidos como hard discounters – vêm ganhando espaço no varejo global, desafiando redes tradicionais e mudando os hábitos de consumo. Modelos como Aldi e Lidl, populares na Europa, cresceram com uma estratégia baseada em preços baixos, marcas próprias e eficiência operacional, uma tendência que se expande para mercados como os Estados Unidos e América Latina.

De acordo com o Statista Research Department, cerca de 23% das compras feitas em supermercados na Europa são feitas nas lojas de desconto. Dependendo do país, a participação de mercado das lojas neste formato pode chegar a até dois terços do mercado de alimentos, a exemplo da Noruega.

Inspirado no modelo, o Grupo São Luiz, empresa cearense que detém as bandeiras Mercadinhos São Luiz, Mercadão e Mini, iniciou no último ano um

processo de expansão no Ceará através do Mercado São Luiz, investindo em lojas com menor mix de produtos e marcas selecionadas com menores preços.

“A estratégia da nossa loja de descontos veio a partir da nossa percepção sobre as mudanças no mercado, do perfil de compra dos consumidores e no estudo de um modelo que funciona muito bem em outros países. Sabíamos que não era simplesmente replicar, mas entender um formato que atendesse as necessidades do nosso mercado, do Brasil, do Ceará”, explica Fernando Ramalho, presidente do Grupo São Luiz.

Atualmente o grupo possui oito lojas da bandeira em operação no estado e prevê a abertura de mais três novas lojas, incluindo cidades do interior e região metropolitana de Fortaleza. Fernando explica os diferenciais que o modelo traz: “as lojas de desconto oferecem uma experiência de compra diferente das tradicionais, desde a estrutura da loja até os produtos. O Mercado foi projetado para trazer marcas selecionadas com preços mais competitivos, sem perder a relação de confiança e qualidade que construímos com os nossos clientes ao longo da nossa história”, pontua.

Competitividade no mercado

Por ser um modelo de baixo custo operacional, as lojas de descontos possibilitam também a expansão mais acelerada e entrada em novas regiões, sendo uma opção competitiva aos atacarejos.

“As lojas de desconto possibilitam, para nós varejistas, um nível de compe-

titividade maior em relação aos atacarejos, que cresceram muito nos últimos anos. Porém, é importante observar que os modelos têm características diferentes. Enquanto no atacarejo estamos acostumados com grandes estruturas e compras em volume, nas lojas de desconto temos unidades mais compactas e produtos que podem ser comprados em menor quantidade, sem afetar o valor”, explica Fernando.

Para o presidente, o Mercado traz uma operação voltada para o abastecimento do lar. As unidades da bandeira estão distribuídas em Crato, Riomar Kennedy, Washington Soares, Maracanaú, Rui Barbosa, Mondubim, Castelão e Juazeiro do Norte.



BUSCANDO SER REFERÊNCIA EM SAUDABILIDADE, PÃO DE AÇÚCAR LANÇA 'ESPAÇO MAIS EQUILÍBRIO' COM MAIS DE 1.100 PRODUTOS

A rede visa democratizar os produtos saudáveis e trazer à vista dos clientes o sortimento diferenciado da bandeira

A busca por uma vida mais saudável e equilibrada nunca foi tão forte. Segundo dados da Brasil Food Trends 2020, compartilhados pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), o mercado de alimentação saudável vem experimentando um crescimento médio de 12,3% ao ano. Visando atender os clientes que buscam produtos desse segmento, o Pão de Açúcar, rede de supermercado premium do GPA, lançou o Espaço Mais Equilíbrio, um conceito que visa centralizar os principais produtos saudáveis – como itens sem glúten, orgânicos, sem açúcar e sem lactose – em um único ambiente, simplificando a experiência de compra e colocando a conveniência ao alcance do cliente. Esse espaço já está presente em todas as lojas do Pão no Brasil.

Com características de maior equilíbrio nutricional, esses itens foram removidos da exposição regular com os demais nas lojas e por categorias e migraram para um espaço onde ficam concentrados e expostos em um único ambiente. Localizado estrategicamente

próximo ao corredor de frutas, legumes e verduras, o Mais Equilíbrio conta mais de 1.100 produtos e os itens seguem sete atributos: orgânico, integral, natural, vegana, sem açúcar, sem glúten e sem lactose. Entre os produtos mais vendidos da categoria estão as bebidas vegetais, barras proteicas e granolas, que tiveram seu sortimento ampliado no último ano.

Allan Gate Hock, Diretor de Marcas Próprias do GPA, explica que o objetivo foi facilitar a experiência de compra dos consumidores. “Antes dessa atualização de categorias, o cliente precisava fazer uma jornada mais longa e segmentada, passando por todos os corredores da loja para comprar itens saudáveis de diversas categorias. Agora, com um espaço dedicado para isso, os produtos são centralizados em um único local, criando um ambiente que facilita o processo de compra de saudáveis. Além de otimizar a jornada do cliente, torna a marca mais relevante para ele”, conta.

Com esta alteração, em 2024 o Pão de Açúcar foi apontado como a rede de supermercados mais indicada pelos nutri-

cionistas para a compra de itens saudáveis, conforme a 10ª Pesquisa Anual da E4 Agência, que revela um panorama sobre as práticas de mais de 4300 profissionais nutricionistas de 521 cidades do Brasil.

Uma das protagonistas do novo corredor é a Taeq, marca própria do Pão de Açúcar que oferece itens com mais equilíbrio nutricional. Ocupando mais espaço nas gôndolas da rede, a marca deve reforçar o atributo de saudabilidade do Pão, buscando cada vez mais democratizar o consumo deste segmento.

Buscando ser referência no mercado para uma alimentação com mais equilíbrio, com a nova disposição, a rede visa democratizar os produtos saudáveis e trazer à vista dos clientes o sortimento diferenciado da bandeira. “O espaço Mais Equilíbrio foi pensado para ser o ponto de referência no mercado de alimentos saudáveis, o lugar onde os consumidores buscam quando o assunto é saudabilidade, seja para ter uma alimentação equilibrada ou mesmo por necessidade médica, como é o caso dos celíacos”, complementa Gate.



ACESU REALIZA TERCEIRA EDIÇÃO DO LIDERA MULHER EM FORTALEZA COM GRANDE SUCESSO



A Associação Cearense de Supermercados (Acesu) realizou no dia 27 de março a terceira edição do Lidera Mulher, evento que destacou a atuação e a importância da mulher no setor supermercadista. O encontro aconteceu no Teatro RioMar Fortaleza e reuniu quase mil participantes, com uma programação repleta de palestras inspiradoras e debates enriquecedores, promovendo reflexões sobre liderança feminina, igualdade de gênero e a

construção de ambientes corporativos mais respeitosos e equitativos.

Dentre os destaques da programação, a digital influencer Mila Costa compartilhou sua trajetória de sucesso nas redes sociais e os pilares que a sustentam em sua palestra “Os Pilares da Minha Vida”. Com mais de 600 mil seguidores no Instagram, Mila encantou o público com sua autenticidade e irreverência.

Catarina Moreno, médica especializada em nutrologia, medicina ortomolecular e reposição hormonal, também contribuiu com a palestra “A saúde integral da mulher vai muito além do que você pensa”. A médica trouxe insights valiosos sobre o cuidado integral da mulher, abordando desde o equilíbrio hormonal até a qualidade de vida e bem-estar.

A superintendente de Mercado da Unimed Fortaleza, Mariana Matos, abordou o tema “Mulheres que lideram:





construindo autoridade e equipes de alta performance”, oferecendo estratégias para que as mulheres fortalecessem sua presença no mercado e desenvolvessem lideranças eficazes.

O evento contou ainda com a participação da palestrante, escritora e mentora Mariana Sasso, que, além de conduzir o cerimonial, apresentou a palestra “Comunicação para Liderar”, destacando como a comunicação eficaz pode ser um diferencial na trajetória profissional das mulheres.

Cláudia Novais, presidente da Acesu, destacou a importância do Lidera Mulher para fortalecer o papel feminino no setor supermercadista. “O evento criou um espaço onde as mulheres puderam se reconhecer, se fortalecer e se inspirar mutuamente. A cada edição, reafirmamos o compromisso da Acesu com a equidade de gênero e o protagonismo feminino no mercado”, afirmou Cláudia.

Nekim Carneiro, diretor de Marketing da Acesu e responsável pela ação, enfatizou o impacto transformador do evento: “O Lidera Mulher é um movimento que fomenta oportunidades, impulsiona carreiras e cria conexões entre as mulheres que fazem a diferença no segmento”, afirmou.

Além do enfoque no protagonismo feminino, o evento abraçou uma causa social. O Lidera Mulher 2025 apoiou o Lar Santa Mônica, instituição que acolhe meninas em situação de vulnerabilidade. As participantes foram incentivadas a levar uma lata de leite em pó ou contribuir com R\$ 20 na entrada, com as doações sendo destinadas integralmente à instituição. A ação reforçou o compromisso da Acesu com a responsabilidade social.

O Lidera Mulher se consolidou como um evento essencial para mulheres que buscam se destacar profissionalmente, ampliar seus conhecimentos e, mais importante, fazer a diferença na sociedade. Além de ser uma jornada de aprendizado, esta edição trouxe à tona a importância da solidariedade e da empatia.





PR. JOSÉ FLÁVIO

MENSAGEM DE PAZ

HONRE A SUA MÃE

EFÉSIOS 6:2

“Honre o teu Pai e a tua Mãe (que é o primeiro mandamento com promessa).” A Bíblia relata em suas páginas sagradas muitas reflexões bíblicas para mães que poderia centrar-se no amor incondicional e no sacrifício que a maternidade exige como reflexo do Amor de Deus. A palavra de Deus ensina que mães são instrumentos de Deus para abençoar e orientar seus filhos, e que honrar aos pais é um mandamento divino.

(Efésios 6:2)

A Dádiva de ser mãe é um chamado divino, um sacrifício e uma grande alegria. Assim como Deus ama incondicionalmente seus filhos, as mães são chamadas a amar e cuidar de seus filhos com o mesmo amor e dedicação. A Bíblia nos lembra que Deus valoriza a maternidade e que as mães podem ter um impacto duradouro na vida de seus filhos. Ser mãe é uma experiência transformadora, repleta de amor, dedicação e responsabilidade, que vai além do ato de gerar. É nutrir, proteger, educar e amar incondicionalmente um ser humano, contribuindo para o seu crescimento e bem-estar.

Deus Abençoe todas as mães!



Revista

NOSSO[®]

Paraíba



ASSIS LEMOS:

Sob sua liderança, o volume mensal de compras da CompreMais rede de Supermercados saltou de R\$ 8,3 milhões para mais de R\$ 68 milhões por mês.

COMPREMAIS:

A FORÇA DE UMA REDE QUE TRANSFORMA O VAREJO PARAIBANO

1,1 BILHÃO
EM FATURAMENTO EM 2024

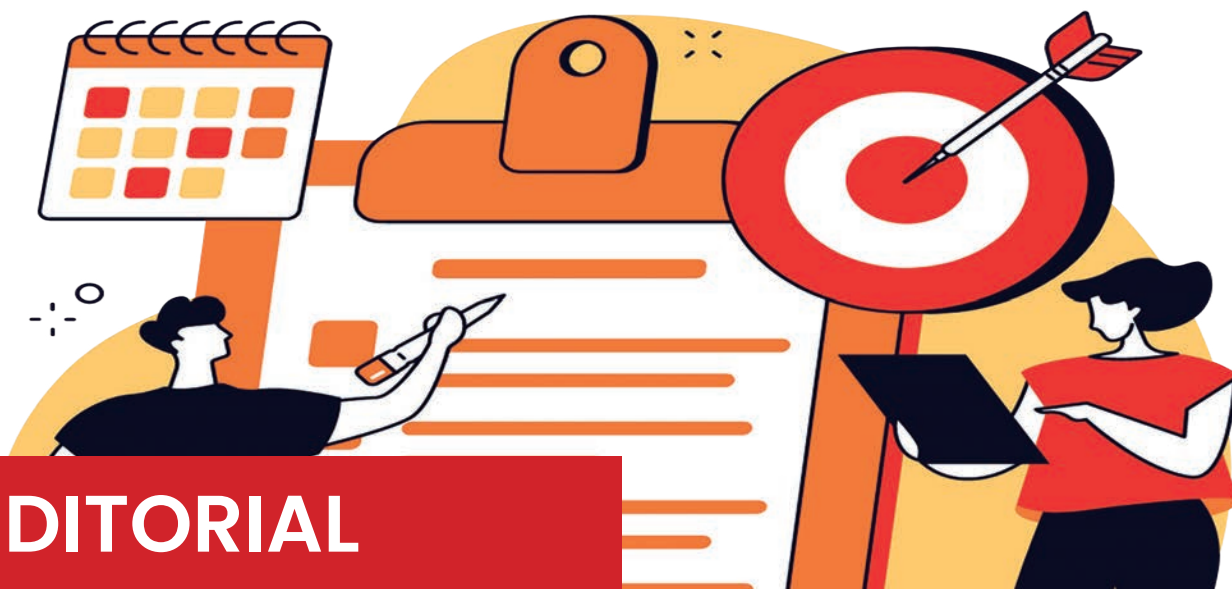
41 LOJAS

A MAIOR REDE DO
ESTADO DA PARAÍBA



compreMAIS
Rede de Supermercados

SEU BOM VIZINHO!



EDITORIAL

O cenário econômico da Paraíba segue dando sinais de força e transformação, impulsionado por iniciativas que unem inovação, cooperação e compromisso com o consumidor. Nesta edição, celebramos a trajetória de uma das protagonistas desse movimento: a CompreMais – Rede de Supermercados, capa da revista, que se destaca como a maior rede supermercadista do estado e uma das mais bem estruturadas do Nordeste.

Fundada em 2004, a CompreMais surgiu da união estratégica de supermercadistas locais, que enxergaram na cooperação uma forma de crescer de forma sustentável. Com uma gestão moderna, foco em tecnologia, marketing compartilhado e compras cooperadas, a rede consolida um modelo de negócio que valoriza o coletivo sem abrir mão da identidade de cada loja. É esse equilíbrio entre padronização e autonomia que torna a CompreMais um exemplo de como o associativismo pode transformar o varejo regional.

O bom desempenho do setor também é refletido nos dados recentes da economia paraibana. João Pessoa registrou em março a segunda cesta básica mais barata entre as 17 capitais analisadas pelo Dieese, com recuo de 1,19% nos preços dos alimentos. Em um momento de pressão inflacionária, esse alívio no custo de vida representa um ganho importante para o consumidor.

Além disso, o setor de serviços da Paraíba voltou a se destacar com um crescimento de 8,7% em fevereiro, superando a média nacional, que foi de 4,2%. O resultado demonstra a resiliência e a capacidade de adaptação das empresas locais, que têm investido na ampliação de serviços, digitalização e melhoria da experiência do cliente.

Esses avanços refletem uma Paraíba que cresce de forma sólida, com um varejo mais estruturado, competitivo e atento às necessidades do consumidor. Com exemplos como a CompreMais, que une tradição e inovação, o estado reafirma seu protagonismo no desenvolvimento econômico do Nordeste.

Boa leitura!

XIX CONVENÇÃO PARAIBANA DE SUPERMERCADOS

20 a 22 de Outubro de 2025

Centro de Convenções do Cabo Branco
Poeta Ronaldo Cunha Lima - João Pessoa-PB



Loja InteliGENTE

*Com gente para
cuidar de gente*

REALIZAÇÃO



DIVULGAÇÃO OFICIAL

NOSSO



APOIO



SETOR DE SERVIÇOS DA PARAÍBA CRESCCE ACIMA DA MÉDIA NACIONAL EM FEVEREIRO, APONTA IBGE



O setor de serviços na Paraíba voltou a apresentar um desempenho expressivo em fevereiro, com crescimento de 8,7% em relação ao mesmo mês do ano passado. O resultado supera a média nacional, que registrou alta de 4,2%, segundo dados divulgados nesta quinta-feira (10) pela Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Na comparação com o mês anterior, o setor paraibano também se destacou, com expansão de 5,2%, frente a um crescimento de 0,8% no cenário nacional. No acumulado do primeiro bimestre de 2025, a Paraíba alcançou alta de 4,6% no setor.

Destaques entre os segmentos

Mais de 63% dos 166 tipos de serviços analisados pela pesquisa registraram crescimento em fevereiro. Entre os

segmentos que mais se destacaram estão informação e comunicação, serviços profissionais, administrativos e complementares, outros serviços, e serviços prestados às famílias. O índice de atividades ligadas ao turismo também apresentou expansão no mês.

O que avalia a pesquisa

A Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) fornece indicadores conjunturais sobre o setor de serviços no país e nas unidades federativas. O levantamento considera a receita bruta e real de serviços em empresas formalmente estabelecidas, com 20 ou mais empregados, que tenham como atividade principal um serviço não financeiro. As áreas de saúde e educação não são incluídas. Ao lado da administração pública e do comércio, os serviços têm grande peso na composição do Produto Interno Bruto (PIB) nacional e estadual.

COMPREMAIS

A FORÇA QUE TRANSFORMA O VAREJO NA PARAÍBA



Na capa desta edição da Revista Nosso Setor, destacamos uma trajetória que redefine o varejo alimentar paraibano.

A CompreMais – Rede de Supermercados consolida-se como a maior do estado e uma das mais organizadas do Nordeste. São números robustos e uma história marcada por cooperação, estratégia e visão de futuro.

INOVAÇÃO COM PROPÓSITO

Desde sua fundação em 2004, a CompreMais surge da união de supermercadistas locais que enxergaram, nas mudanças do varejo, a oportunidade de criar um novo modelo de negócios. A rede é composta por lojas independentes que atuam em sintonia através de marketing, compras cooperadas e soluções tecnológicas. A troca constante de experiências fortalece a todos.



Da esquerda para direita: Fábio Melo de Souza, Egnaldo Martiliano de Souza, Alain Delon Silva Oliveira, Jandy Félix Pereira, Gustavo Borges de Oliveira, Bárbara Prazeres Balbino.

 **Alain Delon Silva Oliveira**
PRESIDENTE

 **Fábio Melo de Souza**
VICE PRESIDENTE

 **Bárbara Prazeres Balbino**
DIRETORA FINANCEIRA

 **Egnaldo Martiliano de Souza**
SECRETÁRIO

 **Gustavo Borges de Oliveira**
DIRETOR COMERCIAL

 **Antônio Reginaldo de Oliveira**
DIRETOR DE MARKETING

 **Jandy Félix Pereira**
RECURSOS HUMANOS

A governança é outro diferencial. Um comitê eleito pelos associados toma decisões estratégicas com base em critérios como relacionamento com fornecedores, capacidade de negociação e atuação ativa. As pautas são discutidas e deliberadas conforme estatuto interno, em encontros regulares, unindo agilidade, democracia e foco em resultados. É esse equilíbrio entre autonomia e força coletiva que torna a CompreMais um exemplo de inovação enraizada na tradição.

NÚMEROS QUE IMPRESSIONAM

R\$ 1,1 BI
POR ANO

Com 41 lojas e presença direta em 22 cidades, a CompreMais alcança mais de 76 municípios com atuação indireta, movimentando a economia e gerando empregos. São mais de 1.600 colaboradores e um **faturamento superior a R\$ 1,1 bilhão por ano.**

Nos últimos 7 anos, sob a gestão de Assis Lemos, a operação ganhou ritmo, profissionalismo e resultado. **O volume de compras saltou de R\$ 8,3 milhões para mais de R\$ 68 milhões por mês**, tornando a rede um dos principais canais de negócios do varejo alimentar da Paraíba.

MARKETING QUE CONECTA

A CompreMais tem no marketing um motor de competitividade. Campanhas como Família Premiada (mais de R\$ 800 mil em prêmios), Sorteio Relâmpago, Batalha de Vizinhos e Copa de Pregobol destacam a criatividade e o envolvimento da rede com os consumidores. Com presença digital, produção audiovisual própria e ações sincronizadas ao calendário comercial, o marketing fortalece o relacionamento com o cliente e gera resultados para fornecedores e lojas.



ACESSE:



compremaispb



PARCERIA QUE RENDE

Visão de Futuro: Construindo Hoje o Amanhã

A CompreMais acredita que um futuro sólido se constrói com planejamento estratégico e ações consistentes. Por isso, trabalha todos os dias para consolidar sua liderança na Paraíba, fortalecer o modelo associativista e seguir sendo a melhor alternativa em rede de negócios do estado.

Nossa Visão:

Ser a melhor alternativa em rede de negócios da Paraíba.

Nossa Missão:

Fortalecer relações entre associados e fornecedores, promover negócios de valor, melhorar a vida dos clientes e atuar sempre com ética, responsabilidade e transparência.

Nossos Princípios:

Comprometimento | Crescimento Sustentável | Ética | Honestidade | Lealdade | Parceria Ganha-Ganha | Qualidade de Vida | Responsabilidade | Satisfação do Cliente.

Por Que Escolher a CompreMais?

- ✓ Presença regional forte e reconhecida;
- ✓ Relacionamento próximo e estratégico com fornecedores;
- ✓ Apoio em campanhas promocionais e inovação constante no mix de produtos;
- ✓ Ambiente comercial dinâmico, ético e sustentável;
- ✓ Foco contínuo na satisfação do cliente e na geração de valor.

Se você busca ampliar seus negócios, potencializar sua marca e fazer parte de uma rede comprometida com resultados e com pessoas, a CompreMais é o parceiro certo.

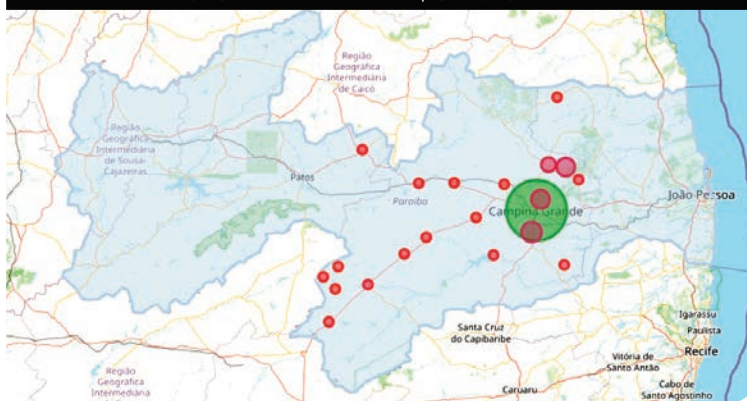
CompreMais. O seu bom vizinho! Sua melhor escolha.

CONHEÇA NOSSO SEGREDO:

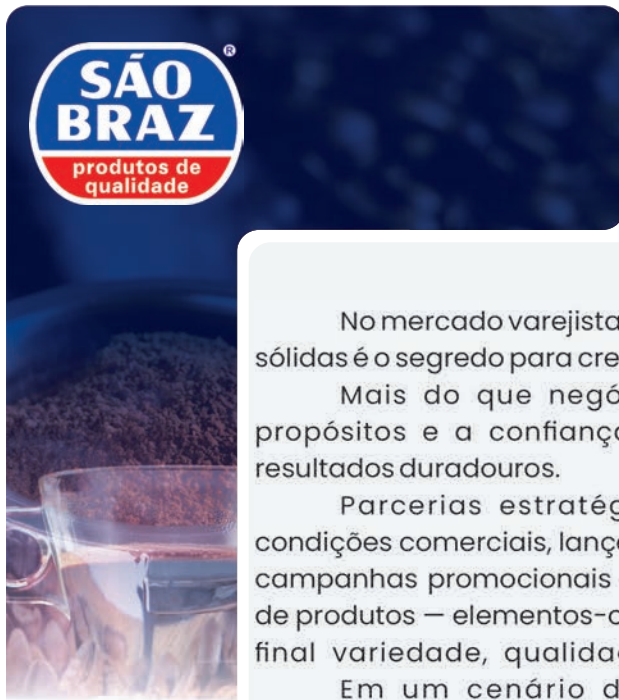


ÁREA DE ATUAÇÃO DA REDE COMPREMAIS

COM SEDE EM CAMPINA GRANDE | ESCRITÓRIO CENTRAL



MAIS QUE FORNECEDORES



No mercado varejista alimentar, construir parcerias sólidas é o segredo para crescer com força e consistência.

Mais do que negócios, é o alinhamento de propósitos e a confiança mútua que impulsionam resultados duradouros.

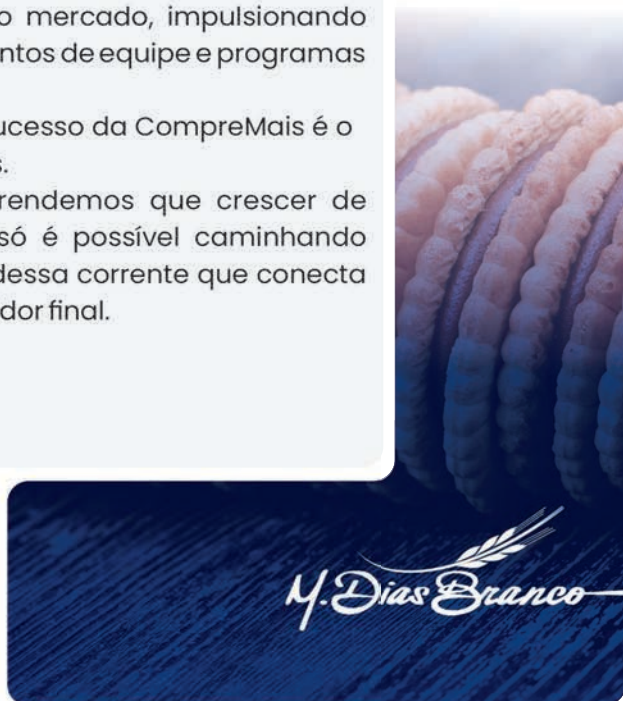
Parcerias estratégicas garantem melhores condições comerciais, lançamentos exclusivos, apoio em campanhas promocionais e inovação constante no mix de produtos — elementos-chave para oferecer ao cliente final variedade, qualidade e preços competitivos.

Em um cenário de mudanças rápidas no comportamento do consumidor, contar com fornecedores que entendem o varejo e investem lado a lado com a CompreMais faz toda a diferença.

Mais do que isso, nossos parceiros fortalecem a presença da CompreMais no mercado, impulsionando ações de marketing, treinamentos de equipe e programas de fidelização.

É um ciclo virtuoso: o sucesso da CompreMais é o sucesso dos nossos parceiros.

Na nossa história, aprendemos que crescer de forma sólida e sustentável só é possível caminhando juntos, valorizando cada elo dessa corrente que conecta indústria, comércio e consumidor final.







- Sistema inverter
- Controle inteligente
- Baixo nível de ruído
- Baixo consumo de energia



- > Supermercados
- > Magazines
- > Home centers
- > Farmácias
- > Padarias
- > Lanchonetes
- > Câmaras frigoríficas
- > Cozinhas industriais
- > Iluminação natural
- > Porta Pallets

Fale com nossos consultores:

 (85) 98768-2612

 (85) 4011-2966

Representante exclusivo



Aponte a câmera do celular para o QR Code ao lado e conheça o nosso Instagram!

JOÃO PESSOA REGISTRA SEGUNDA CESTA BÁSICA MAIS BARATA DO PAÍS EM MARÇO



*imagem meramente ilustrativa.

O valor da cesta básica em João Pessoa voltou a cair no mês de março, consolidando a capital paraibana como a segunda com menor custo entre as 17 analisadas pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese). Segundo a pesquisa divulgada nesta semana, a redução foi de 1,19%, com o valor médio da cesta ficando em R\$ 626,89.

O levantamento do Dieese mostra que, enquanto 14 capitais apresentaram aumento nos preços dos alimentos básicos em março, apenas três registraram queda: João Pessoa, Aracaju e Natal.

Consistência nos resultados

De acordo com o secretário da Fazenda da Paraíba, Marialvo Laureano, João Pessoa tem mantido essa posição de destaque por 15 meses consecutivos, figurando entre as quatro capitais com

menor custo da cesta básica. Ele destaca que essa estabilidade é resultado de uma política tributária equilibrada, aliando justiça fiscal e justiça social.

Logística e modernização como diferenciais

Entre os fatores que contribuem para os preços mais acessíveis estão a boa infraestrutura viária da Paraíba, a localização estratégica no Nordeste e a logística de abastecimento. Outro ponto relevante é a modernização da fiscalização de cargas. Há cinco anos, todos os postos de fiscalização presenciais foram desativados, dando lugar ao Sistema Cacto, que realiza o monitoramento eletrônico das mercadorias em trânsito.

Alimentos isentos de ICMS ajudam a reduzir custos

A lista de produtos isentos de ICMS também é apontada como fator decisivo para o baixo custo da cesta básica. Entre os itens estão hortifrutis, leite, queijos regionais, ovos, carnes de caprinos e ovinos, pescados frescos, farinha de mandioca, leite de cabra e produtos oriundos da agricultura familiar vinculados ao Pronaf e ao PNAE.

Essas medidas têm colaborado para aliviar o orçamento das famílias paraibanas e reforçam o papel da gestão pública na garantia de acesso a alimentos essenciais a preços mais justos.

Revista

NOSSO[®]

S E T O R

Rio Grande do Norte

REDE SERIDÓ:

UNIÃO, CRESCIMENTO E COMPROMISSO
COM O CONSUMIDOR POTIGUAR



REDE SERIDÓ
CENTRAL DE NEGÓCIOS E ATACADO

*Hoje, a Rede Seridó é composta
por dois atacados e 23 lojas, a
maioria localizadas na região do
Seridó Potiguar*



EDITORIAL



O varejo potiguar segue trilhando um caminho de fortalecimento, inovação e compromisso com o consumidor. Nesta edição, destacamos a trajetória inspiradora da Rede Seridó.

Com 23 lojas espalhadas por 18 cidades, a Rede Seridó é resultado de uma iniciativa visionária que, desde 2003, tem unido pequenos e médios supermercadistas em torno de um objetivo comum: oferecer mais competitividade, melhores preços e acesso a grandes indústrias.

Ao longo de sua história, a rede conquistou marcos importantes que modernizaram sua operação, como a criação de uma central de armazenamento, a implantação de um atacado próprio, a ampliação da sede e a aquisição de um caminhão refrigerado. Esses avanços são reflexo de uma gestão coletiva eficiente e comprometida com o desenvolvimento regional.

Em um contexto de desafios econômicos, a queda de 1,87% no custo da cesta básica em Natal, registrada em março, é uma notícia que traz alívio ao consumidor e demonstra a importância de um varejo atento às necessidades da população. A capital potiguar foi uma das três únicas entre 17 analisadas pelo Dieese a apresentar recuo nos preços, reforçando o papel do setor na garantia do acesso a alimentos essenciais.

Histórias como a da Rede Seridó e indicadores como o da cesta básica mostram que, mesmo diante das adversidades, é possível crescer com propósito e gerar valor para a sociedade. O varejo do Rio Grande do Norte segue como um dos pilares da economia local, impulsionado pela união de esforços, pela inovação e pelo compromisso com o bem-estar da população.

Boa leitura!

Orange Xpress

Certeza de lucro líquido!

MAIS DE 20 ANOS DE MERCADO

FABRICAÇÃO
100%
NACIONAL

AÇO
INOX

MÁQUINAS AUTOMÁTICAS EXTRATORAS DE SUCO DE LARANJA

CESTO DE FRUTA ABASTECIMENTO MANUAL

CESTO DE FRUTA ABASTECIMENTO AUTOMÁTICO



Modelo Recipientes
Laterais

Modelo Gaveta

Modelo Gaveta
Analógica

Modelo Gaveta
Placa Digital

CESTO DE FRUTA ABASTECIMENTO AUTOMÁTICO AUTOATENDIMENTO



Modelo FLV com sistema de envasamento

Modelo Mesa com Cesto

VENDA | LOCAÇÃO | ASSISTÊNCIA TÉCNICA

Recife | João Pessoa | Natal

Fortaleza

São Paulo

(81) 9 9393-5159 | (81) 3203-3445

(85) 3219-1896 | (85) 99436-7197

(11) 3031-5607 | (11) 93801-6728



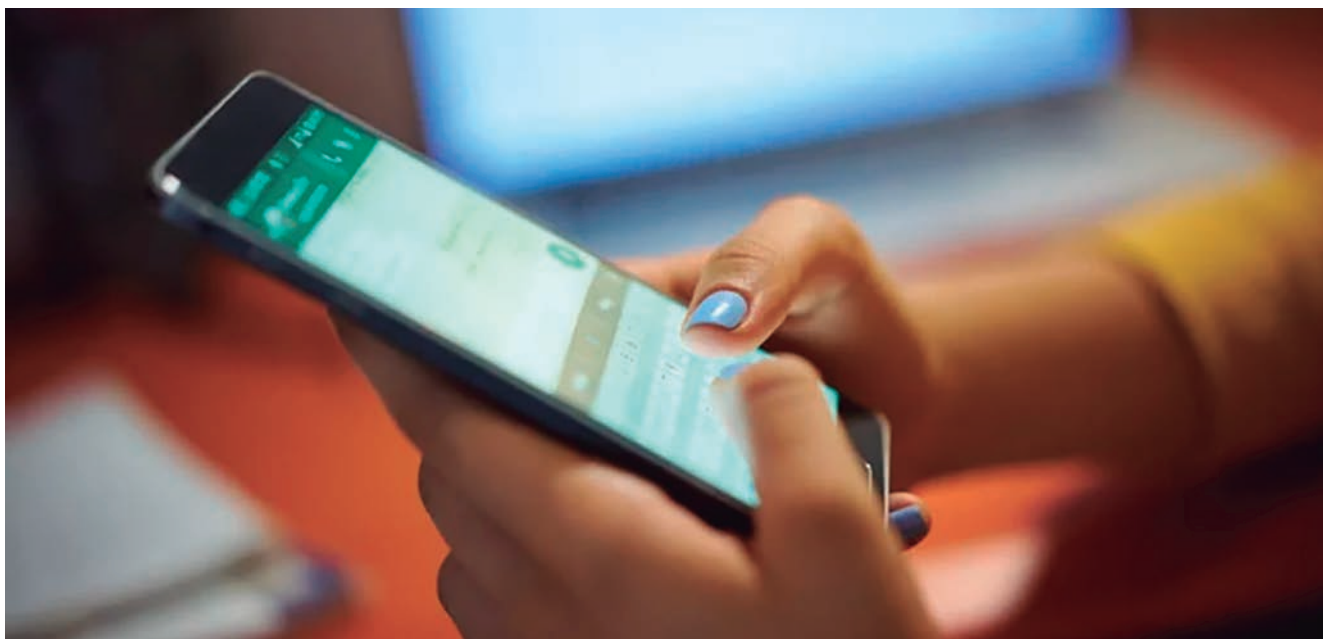
www.orangexpress.com.br



orangexpressbrasil



@orangexpress_official



COM FATURAMENTO DE R\$ 2,3 BILHÕES, E-COMMERCE CRESCE 9,5% NO RN EM 2024

As vendas online continuam em ritmo acelerado no Rio Grande do Norte. De acordo com dados divulgados pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do estado (Fecomércio RN), o e-commerce potiguar cresceu 9,5% em 2024 na comparação com o ano anterior, atingindo um faturamento expressivo de R\$ 2,3 bilhões.

O levantamento, realizado pelo Instituto Fecomércio, revela que os eletrodomésticos lideram as preferências dos consumidores potiguares na internet, representando 20% das compras realizadas. Em seguida aparecem os itens de casa e decoração (11,7%), informática (11%), eletrônicos (10,5%) e moda e acessórios (10,4%). O setor de alimentação, embora

em crescimento, responde por 4,5% das transações virtuais no estado.

O avanço do comércio digital no RN é resultado de um processo contínuo de adaptação, especialmente acelerado a partir da pandemia da Covid-19. Segundo a Fecomércio, nos últimos cinco anos o Senac RN ofereceu gratuitamente serviços de orientação e capacitação para micro, pequenas e médias empresas, com foco na inserção de produtos e serviços nas plataformas digitais.

O movimento foi fundamental para impulsionar a presença das empresas potiguares no ambiente virtual, oferecendo ferramentas para que os empreendedores se adaptem aos desafios do consumo digital e aproveitem as oportunidades desse mercado em expansão.



Acelerando
Processos

Aumente a produtividade e economize

custos com mão de obra

EM ATÉ 66%

Polymac

Líder em inovação no segmento de
máquinas de beneficiamento de frutas
e descasque de cebolas.



R. Pion. Gertrude H. Fritzen, 5219
Sala 02 - Jardim Portugal, Maringá-PR



(44) 99756-9300
(85) 98817-9855

NATAL REGISTRA QUEDA NO CUSTO DA CESTA BÁSICA EM MARÇO, APONTA DIEESE

Em março, Natal foi uma das únicas capitais brasileiras a registrar redução no custo médio da cesta básica, segundo aponta a nova edição da Pesquisa Nacional da Cesta Básica de Alimentos, divulgada pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese). A capital potiguar teve queda de 1,87%, ficando ao lado de Aracaju (-1,89%) e João Pessoa (-1,19%) como as únicas entre as 17 capitais analisadas a apresentar recuo nos preços.

O resultado contrasta com a tendência observada na maior parte do país. As maiores altas no valor da cesta básica foram registradas na Região Sul, com destaque para Curitiba (3,61%), Florianópolis (3%) e Porto Alegre (2,85%).

Entre os principais itens responsáveis pelo aumento da cesta nas demais capitais estão o café, que subiu em todas as localidades analisadas, além do tomate e do leite integral. Em contrapartida, o quilo da carne bovina de primeira apresentou queda em 15 das 17 capitais, incluindo Natal – com exceção apenas de João Pessoa e Recife, onde o produto teve alta.

Custo da cesta

A capital com a cesta mais cara em março foi São Paulo, com custo médio de R\$ 880,72, seguida por Rio de Janeiro (R\$ 835,50), Florianópolis (R\$ 831,92) e Porto Alegre (R\$ 791,64). Já os menores valores foram encontrados nas capitais do Norte e Nordeste, onde a composição dos produtos é diferenciada. Destaque para Aracaju (R\$ 569,48), João Pessoa (R\$ 626,89), Recife (R\$ 627,14), Salvador (R\$ 633,58) e Natal, que também figura entre as capitais com menor custo, reforçando sua posição de destaque neste cenário.

Salário mínimo ideal

Com base no valor da cesta mais cara, registrada em São Paulo, o Dieese estimou que o salário mínimo ideal em março deveria ser de R\$ 7.398,94, o equivalente a 4,87 vezes o salário mínimo vigente, atualmente fixado em R\$ 1.518,00. O cálculo considera o que seria necessário para cobrir despesas básicas como alimentação, moradia, saúde, educação, vestuário, higiene, transporte, lazer e previdência, conforme determina a Constituição Federal.

Fonte: Agência Brasil

O POLIDOR DE AÇO INOX AGORA DE ROUPA NOVA!



O segredo para deixar seus
utensílios brilhando como novos!



SAC Comercial
85 3294.6186



REDE SERIDÓ: UNIÃO, CRESCIMENTO E COMPROMISSO COM O CONSUMIDOR POTIGUAR



Hoje, a Rede Seridó é composta por dois atacados e 23 lojas, a maioria localizadas na região do Seridó Potiguar

Fundada em 2003, inspirada nas centrais de negócios do Sul do país, a Rede Seridó nasceu com o propósito de unir forças para oferecer competitividade, melhores preços e acesso a grandes indústrias para pequenos e médios supermercados do Rio Grande do Norte. Idealizada pelos empresários Humberto Cantalice, do Supermercado Irmãos Cantalice, e

Agenilson, do Supermercado Oliveira, a rede começou com um sonho coletivo e muita determinação.

Desde então, a trajetória da Rede Seridó tem sido marcada por conquistas que fortaleceram sua presença e relevância no varejo potiguar. A criação de uma central de armazenamento em 2011, o próprio atacado em 2021, a nova sede com estrutura ampliada em 2022 e a



aquisição de um caminhão refrigerado em 2024 são alguns dos principais marcos que contribuíram para a modernização e eficiência logística da operação.

Hoje, a **Rede Seridó é composta por dois atacados e 23 lojas espalhadas por 18 cidades do Rio Grande do Norte**, entre elas Caicó, Currais Novos, Lagoa Nova, Cruzeta e São José do Seridó. Com mais de 500 colaboradores diretos e 700 indiretos, a rede movimentada a economia local, gera empregos e oferece uma experiência de compra cada vez mais completa para seus clientes, com serviços como padaria, lanchonete e buffet.

“Proximidade, condições competitivas para a feira mensal, lojas atrativas em mix de produtos, com padaria, lanchonete, serviço buffet completo, atendimento personalizado, tudo que o cliente precisa, ele encontra na Rede Seridó”, explica Manoel Alex Soares de Medeiros, presidente Rede Seridó.

Entre as ações que se tornaram marca registrada da Rede estão campanhas promocionais de grande impacto, como o tradicional “Aniversário da Rede Seridó”, que movimentada as lojas por cerca de 60 dias com ofertas especiais, e a “Quarta Nota 10”, promoção semanal que oferece produtos e combos por apenas 10 reais, atraindo consumidores em todas as unidades.



Idealizada **há três anos dentro da Rede Seridó**, a campanha **"Quarta Nota 10"** surgiu para impulsionar as vendas no dia da semana que não costumava ter muito movimento e logo veio a ideia de criar alguns **combos com valores acessíveis aos consumidores**. Atualmente todas as lojas realizam a campanha, que é a maior da rede. "Hoje a quarta-feira não é mais um dia comum, é um dia que focamos em trazer uma experiência diferente para o cliente. Todos os colaboradores se engajam para que o sucesso seja possível", pontua Alex.

A logística da **Rede Seridó** é centralizada no Atacado Rede Seridó, que garante o abastecimento regular das lojas com entregas semanais em caminhão baú refrigerado, reforçando o compromisso com a qualidade e a padronização dos produtos.

Com planos de crescimento, a meta da Rede é expandir em 10% no próximo ano, investindo no fortalecimento das lojas associadas e na ampliação da estrutura física, com uma sede ainda mais equipada para atender às demandas do mercado.

Tudo isso sem abrir mão do que é considerado seu maior diferencial: a proximidade com o cliente e a entrega de soluções personalizadas para a tradicional feira mensal das famílias potiguaras.

Preparada para os desafios do futuro, a Rede Seridó aposta na capacitação contínua dos seus lojistas, no compartilhamento de experiências e na força do coletivo para a inovação. "O varejo alimentar é um mercado de mudanças rápidas, as atualizações mercadológicas não param e a cada dia são mais desafiadoras. A união do grupo, o compartilhamento das informações entre os lojistas e a participação constante em capacitações e treinamentos, contribuem significativamente para que a Rede Seridó esteja preparada para enfrentar os desafios e, acima de tudo, sempre trazer o melhor para os clientes", resume Manoel Alex Soares de Medeiros, presidente Rede Seridó.

A **Rede Seridó** é um exemplo de como a cooperação, a inovação e o foco no cliente podem transformar negócios e comunidades.

NOSSOS SERVIÇOS

CARGA DIRETA

PALETIZAÇÃO

ARMAZENAGEM

CROSS DOCKING

Operador Logístico Legalizado e Certificado





Do pomar até você com todo carinho

Fale conosco

RS

Perboni Importados..... Tel.: (54) 3232-9000

SC

Perboni São Joaquim Tel.: (49) 3233-3378

Perboni Bela e Santa Catarina..... Tel.: (48) 3258-9136

SP

Perboni São Paulo Tel.: (11) 3641-0102

Perboni Fernandópolis Tel.: (17) 3442-4988

Perboni Jundiaí..... Tel.: (11) 95698-8282

DF

Perboni Brasília Tel.: (61) 3361-7875

Perboni Cepe..... Tel.: (61) 3471-2444

Perboni Bonna..... Tel.: (61) 3233-0738

SIA..... Tel.: (61) 2195-1400

Perboni Legumes..... Tel.: (61) 3972-0467

BA

Perboni Juazeiro Tel.: (74) 3162-1056

PE

Perboni Recife Tel.: (81) 3252-1010

Perboni CD Log..... Tel.: (74) 3612-5385

CE

Perboni Juazeiro do Norte Tel.: (88) 3532-2678

Perboni Fortaleza Tel.: (85) 3299-1722

🌐 www.perboni.com.br

☎ sac 0800 725 9190

✉ sac@perboni.com.br



QUEM
ama
CUIDA



Fruto de uma geração saudável

 @papelalpino @rose.papel @toalhascaprice @toalhaslevemais



Fazer parte da sua vida, esse é o nosso papel!



ONDUNORTE
www.ondunorte.com.br



 **(81) 2121-6767**
Av Alfredo Bandeira de Melo,
Km 41, Igarassu / PE.
contato@ondunorte.com.br