

Acesse
nosso site:



Revista

ANO 19, Nº 99 – MARÇO – 2025

NOSSO[®]

Do caseiro ao sucesso: Elen Brito e a consolidação de um grande negócio

Empresária à frente da Gosto Mineiro e Delícia Mineira relembra desafios, conquistas e o papel da liderança feminina no mercado



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

DO CASEIRO AO SUCESSO: ELEN BRITO E A CONSOLIDAÇÃO DE UM GRANDE NEGÓCIO

28 CAPA



MUNDO

8 CONTROLE DE QUALIDADE E QUALIDADE DE PRODUTOS: UM INVESTIMENTO ESTRATÉGICO PARA O SUCESSO EMPRESARIAL

12 EMPREENDEDORISMO 5.0: O PODER DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS

14 ALTA DOS PREÇOS FAZ CONSUMIDORES APERTAREM O CINTO NOS GASTOS E BUSCAR ALTERNATIVAS PARA AJUSTAR HÁBITOS NA HORA DAS COMPRAS, APONTA PESQUISA DO RECLAME AQUI

18 É TEMPO DE PERCORRER A “VIA NEGATIVA”

20 PRESIDENTE DA ABAD É ELEITO PRESIDENTE DA UNECS

22 SAÚDE MENTAL DO TRABALHADOR: COMO A ATUALIZAÇÃO DA NR1 PODE TRAZER MELHORIAS

24 ASSAÍ RECONHECE FORNECEDORES COM MELHORES RESULTADOS EM LOGÍSTICA NA 4ª EDIÇÃO DO PRÊMIO LOG ASSAÍ

26 SCANN MARKET: A SOLUÇÃO DA SCANNTECH QUE ELEVA A ANÁLISE DO VAREJO ALIMENTAR BRASILEIRO

28 DO CASEIRO AO SUCESSO: ELEN BRITO E A CONSOLIDAÇÃO DE UM GRANDE NEGÓCIO

32 VAN encanta com história de Vida & Samba

36 FATURAMENTO DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS CRESCE 10% EM 2024

38 SUPERMERCADOS MINEIROS INAUGURARAM 88 EM 2024 E PROJETAM ABRIR MAIS 80 EM 2025

40 DIA DAS MULHERES: 08 DICAS DE LÍDERES DE GRANDES EMPRESAS

44 HOMENAGEM À ABRAS NA CÂMARA DOS DEPUTADOS DESTACA ATUAÇÃO NA REFORMA TRIBUTÁRIA

EDIÇÃO CE

46 EDITORIAL

48 POLE ALIMENTOS PROMOVE AÇÕES PARA BEM-ESTAR DOS COLABORADORES COM O PROJETO “BEM NA POLE”

50 JOSÉ MENDES COMPARTILHA TRAJETÓRIA NA PREVENÇÃO DE PERDAS

52 PIN CLUBE, DO SUPERMERCADO PINHEIRO, VIRA PARCEIRO DOS PROGRAMAS DE SÓCIOS DE CEARÁ E FORTALEZA

53 GPA LIDERA O E-COMMERCE DE ALIMENTOS

54 MENSAGEM DE PAZ

EDIÇÃO PB

56 EDITORIAL

58 CRESCIMENTO DO VAREJO PARAIBANO SE DESTACA NO NORDESTE EM JANEIRO, APONTA IBGE

60 NOMOFOBIA: ESPECIALISTA EXPLICA COMO O MEDO IRRACIONAL DE NÃO TER O CELULAR POR PERTO PODE AFETAR A VIDA PROFISSIONAL

62 EM JOÃO PESSOA, O BOTICÁRIO REINAUGURA LOJA COM NOVO LAYOUT E EXPERIÊNCIA DE COMPRA

EDIÇÃO RN

64 EDITORIAL

66 NRF 2025: REINVENÇÃO DAS LOJAS FÍSICAS FORTALECE FUTURO DOS SHOPPING CENTERS NO VAREJO

70 CUSTO DA CESTA BÁSICA EM NATAL TEM ALTA DE 2,28% EM FEVEREIRO

72 ABRAS EM AÇÃO: EVENTO NO RIO GRANDE DO NORTE DESTACA PARCERIA ENTRE INDÚSTRIA E VAREJO

PALAVRA DO PRESIDENTE

Fotografia: Shayene Amorim

Na edição 99, da Revista Nosso Setor, contamos na matéria de capa a história da Elen Brito, empresária que se destaca por sua atuação no mercado à frente das marcas Gosto Mineiro e Delícia Mineira. Com foco, determinação e força de vontade, Elen transformou uma receita caseira em um grande negócio, que hoje atua em diversos estados do Nordeste. Ela relembra desafios, conquistas e o papel da liderança feminina no mercado.

Quem também segue com novidades no mercado é Van Fernandes, que lançou o primeiro volume de sua trilogia autobiográfica, reunindo família, amigos e convidados. Com o título "Meu nome é VAN", o livro narra a trajetória e histórias marcantes até os 18 anos da empresária.

Na edição Ceará, conheça como a Pole Alimentos tem investido no bem-estar dos colaboradores com o projeto "Bem na Pole", reforçando a importância de um ambiente de trabalho saudável. No varejo, o PIN Clube, do Supermercado Pinheiro, fortalece a fidelização ao oferecer benefícios exclusivos para torcedores de Ceará e Fortaleza. No e-commerce, o GPA lidera o setor com um crescimento expressivo, impulsionado pela Black Friday e um modelo logístico mais ágil.

Já o varejo paraibano começou 2025 com força, registrando um crescimento de 5,4% em janeiro, o maior do Nordeste, segundo o IBGE. Esse desempenho reflete a confiança do consumidor e as estratégias do setor, como digitalização e fidelização. Em João Pessoa, O Boticário reinaugurou sua loja no Manaíra Shopping, apostando em um design inovador para melhorar a experiência de compra. Enquanto isso, a nomofobia, medo irracional de ficar sem celular, tem impactado a produtividade no trabalho, reforçando a necessidade de equilíbrio digital. Tudo isso você confere na Edição Paraíba!

Na edição do Rio Grande do Norte, leia mais sobre a reinvenção das lojas físicas que mostrou a experiência presencial, a cesta básica em Natal e o ABRAS em Ação, que reforçou a importância da parceria entre indústria e varejo para fortalecer o setor.

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 19
Nº 99 | MARÇO | 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:

textosrevistanossosetor@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



CONTROLE DE QUALIDADE E QUALIDADE DE PRODUTOS: UM INVESTIMENTO ESTRATÉGICO PARA O SUCESSO EMPRESARIAL

**Adriano Freire, Diretor de Supply & Chain do Giraffas*



Consumidores cada vez mais exigentes e um mercado altamente competitivo, o controle de qualidade e a excelência dos produtos são componentes estratégicos essenciais para o sucesso empresarial. Mais do que uma simples etapa operacional, investir em qualidade é uma base fundamental para fidelizar clientes e fortalecer a marca. Afinal, não é apenas o preço que atrai e retém consumidores, mas também a confiança de que o produto adquirido é

seguro, confiável e cumpre exatamente o que promete.

Esse compromisso com a qualidade constrói relacionamentos sólidos com os consumidores, garante a reputação da empresa e assegura um crescimento sustentável. Para que essa qualidade seja consistente, é imprescindível estabelecer um controle rigoroso em todas as etapas, desde a produção até a distribuição. Para isso, outra parceria estratégica é necessária: com os fornecedores de insumos.

Hoje, todos os elos da cadeia de valor precisam estar integrados de forma sólida. A qualidade, principalmente para as grandes redes de alimentação fora do lar, depende dessa integração. Não é possível manter padrões para grandes volumes de alimentos simplesmente “comprando na oferta da semana no mercado do bairro”. Somente uma reputação de qualidade do fornecedor pode assegurar a entrega de um produto de excelência ao cliente, lá na ponta.

A realidade competitiva demanda parcerias que vão desde o desenvolvimento dos novos insumos e produtos até a adaptação de linhas de produção e a integração com as cadeias logísticas. Hoje, além de nutricionistas, chefs e engenheiros de alimentos e de produção, especialistas em tecnologia e em IA são agora indispensáveis.

A produção daquele produto que você recebe no balcão é muito mais complexa do que parece!

Além de beneficiar o consumidor, um sistema de controle de qualidade eficiente traz ganhos internos significativos, como a redução de custos associados ao retrabalho, devoluções e desperdícios, elevando a eficiência operacional. Esse cuidado se reflete na imagem da marca, fortalecendo a confiança do público e a fidelização dos clientes.

Em um cenário de constantes inovações demandadas pelo mercado e de mudanças na regulação do setor de alimentação, o investimento no desenvolvimento e produção de produtos saudáveis e de qualidade é indispensável. Produtos confiáveis conquistam a preferência e a lealdade dos consumidores, que enxergam neles um diferencial em um mercado tão competitivo, a qualidade pode ser o fator decisivo para o sucesso.

Assim, o controle de qualidade e a busca contínua pela excelência devem ser encarados como uma responsabilidade compartilhada por todos os elos da cadeia de valor – desde as áreas de inovação de produtos e fornecedores até a produção e o atendimento ao cliente.

Empresas que compreendem e valorizam essa abordagem, não apenas se mantêm competitivas, mas prosperam em um mercado que exige, cada dia mais, responsabilidade e excelência.

Em última análise, a qualidade não é apenas um diferencial – é a base de uma relação de confiança entre empresa e seus consumidores.



Adriano Freire é Diretor de Suprimentos, Qualidade e P&D no Grupo Giraffas, com mais de dez anos de experiência no varejo de consumo, lidera as estratégias dessas áreas fundamentais para a operação da maior rede de alimentação completa do país. Visão estratégica e expertise técnica para otimizar a cadeia de suprimentos, assegurar a excelência em qualidade e fomentar a inovação no desenvolvimento de novos produtos. Essa atuação é essencial para o sucesso da rede, que conta com mais de 400 unidades.

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

EMPREENDEDORISMO 5.0: O PODER DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS

Por: Leila Navarro

Você sente os desafios do Empreendedorismo? Imagine acordar amanhã e perceber que o mercado mudou mais rápido do que você conseguiu acompanhar. Seus concorrentes já estão adaptados, seus clientes esperam experiências personalizadas e sua equipe busca um propósito maior. Você está pronto para esse novo jogo?

Estamos vivendo a Era da Economia 5.0, onde tecnologia, inteligência artificial e humanização precisam caminhar juntas. Não é mais sobre digitalização ou inovação isolada. Agora, o sucesso depende da capacidade de conectar tecnologia ao fator humano, criando negócios mais ágeis, éticos e sustentáveis.

A pergunta que fica é: onde você se encaixa nessa revolução? Está liderando ou apenas sobrevivendo?

Se a Indústria 4.0 foi marcada pela automação, pela Internet das Coisas e pela Inteligência Artificial, a Economia 5.0 vai além: ela coloca o ser humano no centro. Isso significa que a tecnologia não substitui, mas potencializa o que há de mais valioso em um profissional – criatividade, adaptabilidade e propósito.

Empresas que prosperam nesse novo cenário já entenderam que:

- Automação não é sinônimo de desumanização: A tecnologia está aqui para facilitar, mas a verdadeira diferenciação está nas conexões humanas.



- Sustentabilidade não é mais opcional: Negócios que não pensam no impacto ambiental e social ficarão para trás.
- Empreender é um ato de inteligência emocional: O empreendedor de sucesso não é o que sabe tudo, mas o que aprende rápido, se adapta e reinventa constantemente.

Se antes o foco era apenas lucratividade, agora a chave do sucesso está em três pilares: pessoas, propósito e inovação. A questão é: seu negócio está preparado para esse novo mundo?

O empreendedorismo 5.0 exige um novo tipo de líder: o Empreendedor Híbrido. Esse profissional é aquele que consegue equilibrar o uso estratégico da tecnologia com inteligência emocional, ética e visão de longo prazo. Ele entende que o diferencial não está apenas na eficiência operacional, mas na capacidade de inovar sem perder a conexão humana.

- **Tem um mindset de crescimento:** Aprende e se adapta constantemente.
- **Enxerga a tecnologia como aliada:** Usa IA, automação e análise de dados para tomar decisões melhores.
- **Valoriza pessoas e propósito:** Lidera equipes inspiradas e constrói negócios com impacto positivo.
- **É antifrágil:** Não teme crises, mas as vê como oportunidades de reinvenção.
- **E o mais importante:** Ele entende que ser digital não significa perder a humanidade.

Afinal, o futuro dos negócios não é sobre tecnologia. É sobre como usamos a tecnologia para sermos mais humanos.

A verdade é que não há mais espaço para um empreendedor que apenas reage às mudanças.

Se você quer prosperar na economia 5.0, precisa começar a pensar, agir e construir o futuro agora.

- Revise seu modelo de negócio: Seu produto ou serviço realmente entrega valor ou só reproduz o que já existe?
- Invista em tecnologia com propósito: Como a IA pode potencializar sua estratégia sem substituir seu diferencial humano?
- Construa sua marca com autenticidade: Sua comunicação reflete um propósito real ou é apenas mais do mesmo?
- Desenvolva um mindset híbrido: Você está pronto para equilibrar inovação com valores humanos?

O mundo está mudando e a velocidade dessa transformação só vai aumentar. A pergunta é: você vai liderar esse movimento ou vai ficar para trás?

Me conta: qual o primeiro passo que você pode dar hoje para se tornar um empreendedor 5.0?

O futuro já começou. E você, está pronto para dar o próximo passo?



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.

ALTA DOS PREÇOS FAZ CONSUMIDORES APERTAREM O CINTO NOS GASTOS E BUSCAR ALTERNATIVAS PARA AJUSTAR HÁBITOS NA HORA DAS COMPRAS, APONTA PESQUISA DO RECLAME AQUI

Café, carne, ovos, azeites e óleos... Qual é o maior vilão na lista de compras dos brasileiros? Estudo do Reclame AQUI mostra os principais impactos da inflação no orçamento



Há alguns meses uma ida aos supermercados e às feiras não está fácil para os brasileiros. Produtos da cesta básica como café, leite, óleo, além de frutas e verduras e demais itens de grande procura têm registrado altas nos preços. O que leva os consumidores a fazerem uma verdadeira ginástica no orçamento, impactando significativamente o cotidiano.

Uma pesquisa realizada pelo Reclame AQUI sobre o tema aponta

uma perspectiva nada positiva, pois para 83,78% essa alta de preços deve continuar nos próximos meses. Trata-se mais do que uma adaptação de orçamento, as atitudes dos consumidores já passam por cortes e/ou trocas de itens na alimentação, recálculo no custo de vida e repriorização de onde alocar cada recurso todos os meses.

De modo geral, a percepção dos consumidores consultados é de que tudo aumentou, independentemente

do tipo de produto. No entanto, alguns itens puxam a lista quando os consumidores foram questionados em quais produtos eles notaram maiores altas: café (83,46%); carnes (82,02%); óleos e azeites (67,52%); hortifruti (frutas, legumes e verduras) (55,86%); grãos (arroz, feijão, etc.) (51,18%); laticínios (leite, queijo, iogurtes...) (49,52%); e ovos (34,47%). Ainda foram mencionados pelos consumidores, material de limpeza e higiene pessoal.

A consulta aos consumidores no site, que aconteceu nos dias 11 e 12 de fevereiro de 2025 e contou com a participação de mais de 4 mil consumidores, ainda mostra que o principal impacto da alta dos preços no orçamento mensal é o freio definitivo no consumo de alguns alimentos (28,32%), além da diminuição da compra de muitos itens (27,35%) e a tradicional troca de marcas por opções mais baratas (22,02%).

Buscando outras saídas, os respondentes ainda apontaram que têm deixado de viver momentos de lazer; reduzido idas ao supermercado, escolhendo os dias também; redirecionando valores que seriam gastos em outras categorias de consumo para complementar na alimentação; por exemplo, como os cuidados com a saúde.

Atitudes como as listadas acima mostram o quanto o poder de compra dos brasileiros começa o ano enfraquecido e, ainda, o quanto essa alta pode impactar em outros setores como varejo, serviços, lazer e entretenimento, por exemplo. E até levar à inadimplência, já que pode gerar dificuldade do planejamento financeiro pessoal e familiar, deixando outras contas de lado.

O estudo ainda mostra que 58,72% dos respondentes têm feito reorganização financeira, para poder se alimentar com qualidade e atender às necessidades passa por redução do consumo de certos alimentos; já 53,86% têm feito muito mais pesquisas de preços e compras em diferentes estabelecimentos; e 44,63% fazem comparações de marcas para encontrar opções mais em conta.

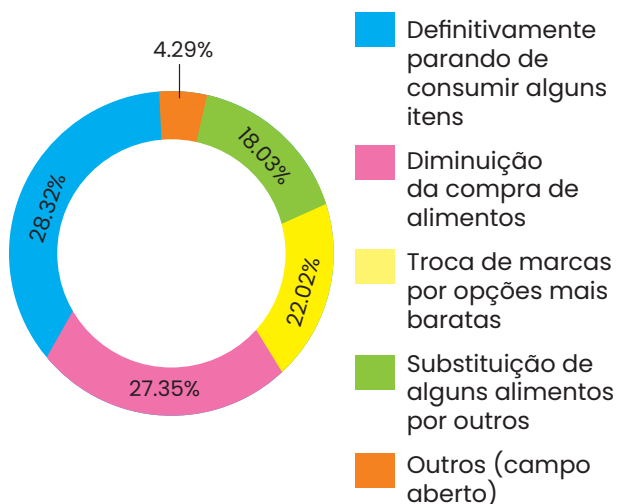
E para uma ida ao mercado caber no bolso é preciso muita criatividade na cozinha para fazer mais com menos. Assim como escolher os dias para ir aos supermercados e até reduzir essas idas, focar em promoções e optar por produtos e produtores locais e regionais. E até mesmo estudar mudanças de cidade em busca de custos de vida menores, tudo isso são algumas atitudes pontuadas pelos consumidores na pesquisa.

Dicas do Reclame AQUI para amenizar a alta dos preços

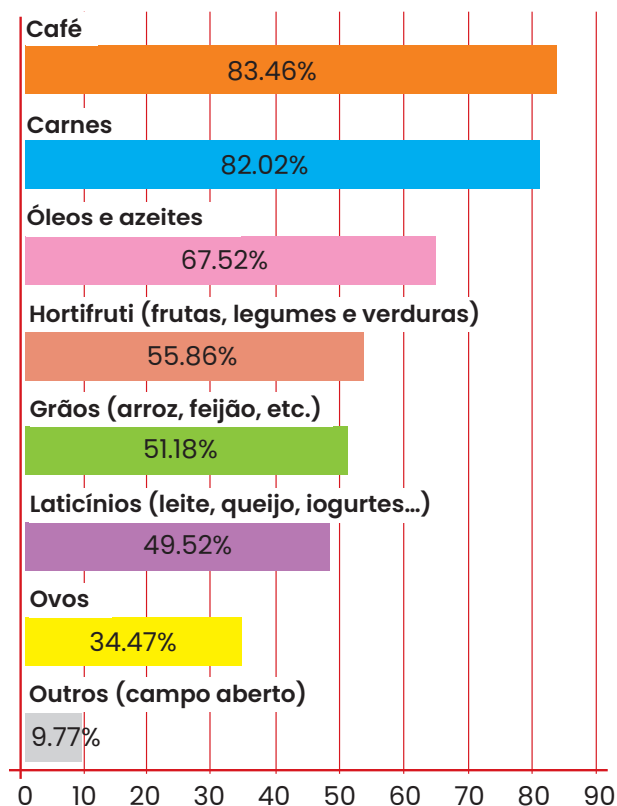
- **Pesquise preços:** Sempre compare os preços dos produtos em diferentes estabelecimentos, isso ajuda a encontrar variedade e a economizar mais.
- **Planeje suas refeições:** Mapear o preparo e consumo dos alimentos pode ajudar a evitar desperdícios e ser mais objetivo na hora da compra.
- **Priorize seus gastos e planeje o orçamento:** Ter os gastos mapeados e uma visão macro do que sobra de dinheiro pode ajudar a evitar compras por impulso, desperdícios e gastos excessivos.
- **Busque alternativas:** Mapeie produtos e serviços mais acessíveis ao que você costuma, é uma boa forma de economizar.

Pesquisa Reclame AQUI sobre a alta dos preços

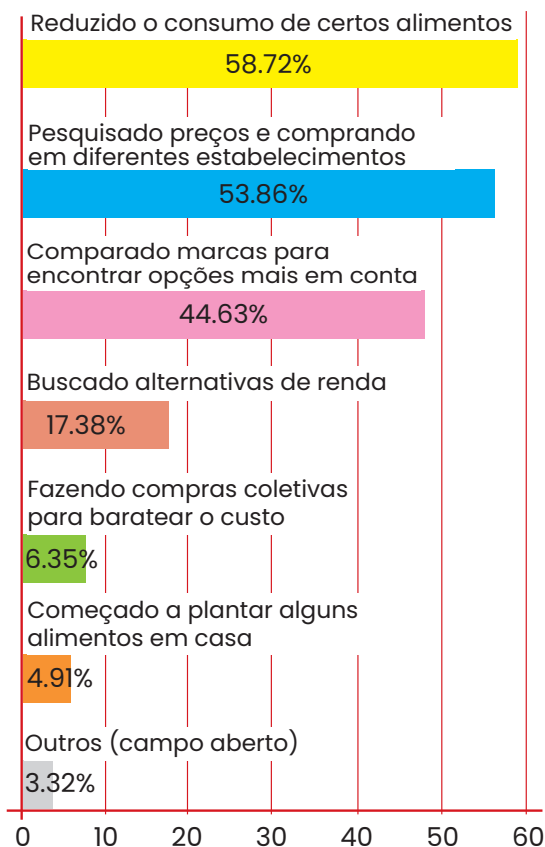
1. Qual o principal impacto da alta dos preços no seu orçamento mensal?



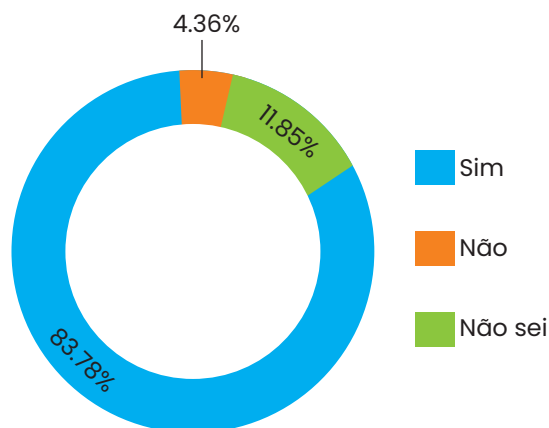
2. Em quais categorias de alimentos você mais sentiu o aumento dos preços? (pergunta de múltipla escolha)



3. O que você tem feito para lidar com a alta dos preços dos alimentos? (pergunta de múltipla escolha)



4. Você acha que os preços dos alimentos vão continuar subindo?





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



É TEMPO DE PERCORRER A “VIA NEGATIVA”

A “**via negativa**” (do latim, “caminho negativo” ou “via da negação”) é um método filosófico e teológico que busca compreender a realidade — especialmente conceitos abstratos ou a natureza do divino — por meio da **negação** de atributos, em vez de definições positivas. Esse enfoque reconhece os limites da linguagem e da razão humana para descrever realidades transcendentais ou complexas.

No livro “Antifrágil” de Nassim Taleb usa essa abordagem filosófica, teológica e prática para enfatizar **o que deve ser removido, eliminado ou evitado** em vez de focar no que deve ser adicionado ou otimizado.

Buscar a “via negativa” vem sendo a mais atual e discutida prática de gestão dos últimos tempos em todo o mundo.

Na prática significa que devemos analisar tudo o que podemos cortar, diminuir, simplificar em nossas organizações. Devemos passar um pente fino em todos os processos para ver o que existe e é desnecessário, custoso e muitas vezes sem sentido ou até prejudicial para os objetivos que queremos atingir.

Esse conceito voltou com toda força à pauta das discussões empresariais a partir das ações que veem sendo tomadas por governantes como Milei na Argentina (com sua famosa motosserra) e Trump nos Estados Unidos, que até criou um departamento (DOGE) de eficiência governamental para analisar todos os setores do governo americano e verificar o que pode ser cortado, diminuído, simplificado, economizado. E a importância dessas ações são consideradas de tal relevância que o presidente colocou como chefe do DOGE ninguém menos que o homem mais rico do mundo, Elon Musk e sua equipe de jovens executivos que estão descobrindo, cortando

e fechando agências e departamentos do governo americano.

Agora o movimento da “via negativa” chega com toda a força nas empresas e organizações.

Em todo o mundo e especialmente no Brasil, as empresas começam a entender que o tempo das vacas gordas, da abundância, da energia barata, da opulência e dos ganhos fáceis definitivamente acabou.

Em nossas consultorias e palestras para as áreas de gestão, temos alertado que para sobreviver e vencer os desafios atuais é preciso buscar a “via negativa” na inovação, nos processos e procedimentos, no relacionamento com clientes, fornecedores, colaboradores e com a comunidade. Temos que simplificar para buscar a eficácia total e eliminar desperdícios e burocracias que impedem a velocidade e a agilidade.

O conselho, portanto, é que os gestores de todas as áreas da organização analisem, cuidadosa e detalhadamente, tudo o que é **absolutamente NECESSÁRIO** e descartem tudo o que seja considerado **desnecessário** ou **“apenas bom”** que continue a existir.

Cuidado! Lembre-se que é sempre mais fácil adicionar, aumentar, criar, do que cortar, diminuir, eliminar, descartar. E sempre haverá uma forte pressão para não cortar, não diminuir, não eliminar. Esse é um grande risco que todo gestor deve enfrentar com firmeza, visando sempre, a perpetuação, o futuro e o sucesso da sua organização.

É tempo de acelerar na “via negativa”.
Pense nisso. Sucesso!



Prof. Luiz Marins

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

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!

PRESIDENTE DA ABAD É ELEITO PRESIDENTE DA UNECS

Liderança de Leonardo Miguel Severini no setor de comércio e serviço é amplamente reconhecida



O presidente da Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores, Leonardo Miguel Severini, foi eleito presidente da Unecs – União Nacional de Entidades do Comércio e Serviços – para o biênio 2025/2026 no dia 12 de fevereiro, em Brasília. A candidatura única, homologada em dezembro, foi aclamada pelos demais membros das entidades que compõem a Unecs, em Assembleia Geral Ordinária da entidade, feita de forma híbrida (presencial e virtual). Leonardo assume a presidência da Unecs com o compromisso de fortalecer o setor de comércio e serviços, promovendo a competitividade e a defesa de um ambiente de negócios mais favorável ao crescimento econômico.

“É uma grande honra assumir a presidência da Unecs. O setor de comércio e serviços é um dos grandes motores da economia brasileira, responsável por gerar empregos, impulsionar o consumo e fortalecer o desenvolvimento do país. Nosso compromisso será trabalhar de forma integrada com todas as entidades que

compõem a Unecs para ampliar a competitividade do setor, garantir um ambiente regulatório mais estável e contribuir para o crescimento sustentável dos negócios. A união e o diálogo com o poder público e demais *stakeholders* serão fundamentais para avançarmos em pautas estratégicas. Agradeço a confiança de todos os membros da Unecs e reforço que estamos prontos para enfrentar os desafios e construir soluções que beneficiem todo o ecossistema do comércio e serviços no Brasil”, afirma Severini.

A liderança de Leonardo Miguel Severini é amplamente reconhecida por seu compromisso com o setor atacadista e distribuidor. Integrante da diretoria da ABAD desde 2013, Leonardo assumiu a presidência da associação em janeiro de 2021 para o biênio 2021/2022, biênio 2023/2024 e agora 2025/2026.

Fundada em 2014, a UNECS conta com a ABAD como uma das associações fundadoras. Sua missão é promover ações estratégicas e coordenadas em defesa do setor de comércio e serviços, responsável por mais de 65% do PIB brasileiro. A entidade atua em temas fundamentais, como a modernização do ambiente de negócios, o fortalecimento do empreendedorismo e a formulação de políticas públicas que fomentem o crescimento sustentável das empresas. Fazem parte da Unecs atualmente as seguintes entidades: ABAD, ABRAS, ABRASEL, AFRAC, ANAMACO, CACB, CNDL e GSI Brasil.



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

SAÚDE MENTAL DO TRABALHADOR: COMO A ATUALIZAÇÃO DA NR1 PODE TRAZER MELHORIAS

O crescente número de afastamentos por questões como estresse, ansiedade e Síndrome de Burnout tem colocado essa questão no centro das preocupações das organizações. Com foco em combater esse problema, a atualização da Norma Regulamentadora nº 1 (NR-1), que entrará em vigor em maio de 2025, exige que as empresas incluam a avaliação dos riscos psicossociais em seus processos de Gestão de Segurança e Saúde no Trabalho (SST).

Os riscos psicossociais, que incluem fatores como sobrecarga de trabalho, assédio moral, pressão por metas excessivas e falta de suporte, são um problema crescente no ambiente de trabalho brasileiro. De acordo com a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) de 2023, mais de 4,5 milhões de estabelecimentos empregam trabalhadores no país, sendo o setor de serviços um dos que mais tem crescido, o que reflete a crescente complexidade das relações de trabalho e o aumento dos desafios enfrentados pelos colaboradores.

Esses fatores psicossociais têm causado um aumento expressivo nos casos de afastamento por doenças mentais, como ansiedade e depressão, impactando diretamente na produtividade das empresas. Em muitos casos, esses afastamentos tornam-se crônicos, criando um ciclo prejudicial

tanto para o colaborador quanto para a organização.

Tatiana Gonçalves, especialista da Moema Medicina do Trabalho, afirma: “A saúde mental dos trabalhadores nunca foi tão crucial para o sucesso das empresas. A mudança nas normas é apenas o começo. O mais importante é que as empresas se conscientizem de que essa é uma questão estratégica para manter seus colaboradores motivados, produtivos e saudáveis. Quando as empresas cuidam do bem-estar psicológico de seus funcionários, o retorno é visível em produtividade, engajamento e, claro, na redução de afastamentos.”

Riscos psicossociais e seus impactos

Os riscos psicossociais são fatores no ambiente de trabalho que afetam o bem-estar psicológico dos colaboradores. Eles incluem uma série de elementos prejudiciais que podem desencadear problemas como estresse, *burnout*, ansiedade e até depressão, comprometendo diretamente a saúde mental e a performance dos trabalhadores.

Entre os principais riscos psicossociais, estão:

- **Metas excessivas:** pressão constante por resultados que não consideram as limitações da equipe.

- **Jornadas de trabalho extenuantes:** horários de trabalho inflexíveis ou excessivos que causam esgotamento.
- **Ausência de suporte emocional ou profissional:** falta de acompanhamento psicológico ou apoio dentro da própria organização.
- **Assédio moral e conflitos interpessoais:** relações tóxicas entre colegas ou líderes que geram desconforto psicológico.
- **Falta de autonomia:** quando o trabalhador sente que não tem controle sobre suas tarefas ou sobre seu próprio tempo.

A atualização da NR-1

A atualização da NR-1, promovida pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), traz um enfoque específico sobre os riscos psicossociais no ambiente de trabalho, tornando obrigatória a identificação e a gestão desses fatores pelas empresas.

A norma exige que, após a identificação dos riscos psicossociais, as empresas implementem planos de ação com medidas preventivas e corretivas, como:

- **Reorganização do trabalho** para reduzir a sobrecarga de tarefas e melhorar a qualidade de vida dos colaboradores.
- **Promoção de um ambiente saudável** de trabalho, com foco na melhoria das relações interpessoais e do bem-estar geral.
- **Ações contínuas de monitoramento e ajustes** para garantir que as medidas adotadas sejam eficazes.

Além disso, a fiscalização do MTE, que será realizada de forma planejada, terá um foco maior em setores que possuem alta incidência de doenças mentais, como

teleatendimento, bancos e estabelecimentos de saúde. Os auditores verificarão, entre outros aspectos, a organização do trabalho e os dados sobre afastamentos relacionados à saúde mental.

O caminho para empresas mais saudáveis

Em 2025, as empresas não poderão mais adiar o enfrentamento da questão da saúde mental no trabalho. Investir nesse tema não apenas previne o afastamento de colaboradores por questões psicológicas, mas também cria um ambiente de trabalho mais engajado e motivado.

Empresas que adotam boas práticas nesse sentido não apenas cumprem a legislação, mas também demonstram seu compromisso com o bem-estar de seus funcionários e com a construção de uma cultura organizacional sólida e positiva.

Como afirma Tatiana Gonçalves: “Cuidar da saúde mental é mais do que um requisito normativo – é um investimento no futuro da empresa. Trabalhadores saudáveis mentalmente são mais produtivos, mais engajados e mais leais à organização. Este é um passo importante para um ambiente de trabalho mais equilibrado e humanizado.”



Tatiana Gonçalves, especialista da Moema Medicina do Trabalho / Foto: Divulgação

ASSAÍ RECONHECE FORNECEDORES COM MELHORES RESULTADOS EM LOGÍSTICA NA 4ª EDIÇÃO DO PRÊMIO LOG ASSAÍ

Kenvue, Colgate e JDE estão entre as vencedoras; nova métrica de ruptura reforça compromisso com eficiência na cadeia de suprimentos



O Assaí Atacadista realizou a 4ª edição do Prêmio Log Assaí, que reconheceu os fornecedores com melhor desempenho logístico ao longo de 2024. Neste ano, a premiação incluiu um novo critério de avaliação: o índice de ruptura, que mede a capacidade das empresas em manter a reposição eficiente do abastecimento de produtos, o que consequentemente contribui para mantê-los disponíveis nas lojas, refletindo a importância da eficiência operacional para o setor.

Os vencedores da edição foram a Kenvue, que conquistou o 1º lugar no ranking geral, seguida por Colgate-Palmolive (2º) e Jacobs Douwe Egberts – JDE (3º). A Heinz recebeu o Prêmio Evolução, que reconhece a empresa que mais aprimorou seus indicadores ao longo do ano, e a L'Oréal foi premiada na categoria de Sustentabilidade, que valoriza práticas voltadas à redução de emissões de carbono na cadeia logística. As empresas participantes nessa categoria são avaliadas com base em critérios como o uso de combustíveis alternativos, implementação de tecnologias de otimização de rotas e condução eficiente, além

da elaboração de inventários de emissões de gases de efeito estufa em um cálculo final das notas.

“O atacarejo é um segmento que exige uma operação logística altamente eficiente, e isso só é possível com a colaboração dos nossos fornecedores. Com o Prêmio Log Assaí, buscamos incentivar a excelência na gestão da cadeia de suprimentos e reconhecer aqueles que contribuem diretamente para garantir a disponibilidade de produtos aos nossos milhões de clientes. A evolução constante dos critérios de avaliação reflete nosso compromisso em fortalecer essa parceria, aprimorar processos e impulsionar uma logística cada vez mais ágil, previsível e sustentável”, afirma João Andrade, Diretor de Logística do Assaí Atacadista.

Para chegar aos resultados, o Prêmio Log Assaí considera a avaliação dos indicadores de No Show (percentual de entregas não realizadas), In Full (aderência entre pedido e entrega) e o Fill Rate (capacidade de atendimento integral dos pedidos), além da evolução da melhoria das rupturas de estoque. O evento também contou com a apresentação de um case de sucesso da L'Oréal, detalhando as estratégias responsáveis pelos avanços da empresa na área de sustentabilidade logística.

Em 2024, o Assaí chegou à marca de mais de 300 lojas distribuídas em todas as cinco regiões do Brasil, mais de 85 mil colaboradores e 12 CDs pelo País, com um fluxo de aproximadamente 40 milhões de clientes por mês passando nas lojas.

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.





SCANN MARKET: A SOLUÇÃO DA SCANNTECH QUE ELEVA A ANÁLISE DO VAREJO ALIMENTAR BRASILEIRO

Plataforma integra inteligência de dados e permite à indústria acompanhar a performance de seus produtos em todos os SKUs, e permite que tracem estratégias mais eficazes de forma ágil e precisa

Em um cenário onde o comportamento de compra e hábitos alimentares do consumidor muda rapidamente, imagine o desafio de acompanhar um varejo totalmente pulverizado em um país continental como o Brasil, em tempo real, as vendas dos seus produtos e dos concorrentes, entender as tendências que surgem no mercado e identificar as melhores estratégias para se destacar e inovar nas gôndolas. Foi a partir desta provocação que a Scanntech, plataforma de soluções tecnológicas que usa inteligência de dados para impulsionar o varejo e as indústrias de bens de consumo, desenvolveu o Scann Market.

A solução permite acompanhar SKU por SKU, estado por estado e canal por canal, a performance de produtos e concorrentes, além de identificar tendências e inovações no setor para possibilitar que a tomada de decisões estratégicas seja mais assertiva e baseada em dados.

Para ilustrar a relevância do Scann Market, um exemplo claro é o mercado de chocolates, que movimentou **R\$ 28 bilhões** em 2024, impulsionado por datas sazonais e lançamentos variados. De acordo com a Scanntech, o chocolate representa 16,2% do crescimento

da cesta de indulgências e mercearia, reforçando a importância de uma análise precisa para alavancar as vendas e maximizar oportunidades. Com a solução, as empresas desse setor podem identificar produtos mais e menos vendidos e explorar oportunidades de inovação com base no comportamento do consumidor.

“O Scann Market é uma ferramenta de alto valor para marcas, pois permite um acompanhamento detalhado do desempenho de um produto com maior agilidade e precisão. Abrangemos desde os menores até os maiores SKUs, contribuindo para a elaboração de estratégias eficazes e assertivas. Com isso, quando uma marca lança um novo chocolate, por exemplo, a plataforma possibilita monitorar sua recepção nas gôndolas e identificar, de forma ágil e estratégica, os ajustes necessários para otimizar sua distribuição e garantir seu sucesso”, comenta Fernanda Mazzocchi, Diretora de Scann Market da Scanntech.

O diferencial da ferramenta, para além da capacidade de personalização dos dashboards por região, está em por ter uma visão 100% do mercado. A plataforma possibilita a comparação de dados relevantes para planejamento e tomada de decisão e garante maior previsibilidade e assertividade.

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



DO CASEIRO AO SUCESSO: ELEN BRITO E A CONSOLIDAÇÃO DE UM GRANDE NEGÓCIO



Empresária à frente da Gosto Mineiro e Delícia Mineira relembra desafios, conquistas e o papel da liderança feminina no mercado

Foco, determinação e força de vontade, foi assim que Elen Brito construiu sua trajetória no mercado, levando tradição e sabor através de uma receita que teve início de maneira caseira. Há mais de três décadas no mercado, a empresária comanda hoje a Gosto Mineiro e Delícia Mineira, marcas consolidadas não apenas no Ceará, mas em diversos outros estados do Nordeste.

Elen relembra sua trajetória empreendedora marcada por desafios e conquistas, reconhecendo a importância da liderança feminina em grandes empresas.

1. Como começou sua jornada empreendedora e o que a motivou a criar a Gosto Mineiro?

Comecei minha jornada empreendedora de um jeito bem simples e caseiro. Fiz a receita de pão de queijo e, no mesmo dia, minhas amigas já estavam encomendando. A produção começou pequena, na minha casa, com um freezer emprestado pela minha amiga Irani Baiana. Eu vendia para amigas, vizinhas, prédios e pequenas lanchonetes. Meu negócio foi crescendo no boca a boca, e logo eu já fornecia

para mercadinhos e padarias. Em 1998, formalizei primeiramente a marca Delícia Mineira, em seguida a Gosto Mineiro, desde então, foi só crescimento!

2. Quais foram os maiores desafios que enfrentou ao longo da sua trajetória empresarial?

Ah, foram muitos! Desde a logística, porque no início eu não tinha carro próprio refrigerado, até os desafios de ser mulher no mundo dos negócios. Já sofri preconceito e precisei provar muitas vezes que eu era capaz de entregar o que prometia. Mas nunca desisti! Cada obstáculo foi uma lição.

3. O que considera como seu maior aprendizado nessa caminhada como empreendedora?

Aprendi que a persistência e a resiliência são fundamentais. Recebi muitos “nãos”, mas transformei cada um deles em motivação. E também aprendi que a gente nunca cresce sozinha – ter uma boa equipe e boas parcerias faz toda a diferença.

4. Há alguma experiência marcante que moldou sua forma de gerir os negócios?

Sim, uma que nunca esqueço. Fui a uma reunião em uma grande rede de supermercados, e, ao chegar lá, a esposa do proprietário me recebeu de forma fria, sem nem me ouvir. Quando o marido dela chegou e disse que eu era a dona da Gosto Mineiro, ela mudou de atitude na hora e até me pediu desculpas. Isso me marcou muito porque mostrou como

as mulheres ainda são subestimadas no meio empresarial. Desde então, minha postura é sempre mostrar meu valor com trabalho e resultados.

5. Como concilia a vida familiar com a gestão de empresas que atuam em várias regiões?

No começo, foi bem difícil. Eu trabalhava o dia todo e, muitas vezes, buscava meus filhos no colégio com caixas de pão de queijo no carro. Eles cresceram vendo o esforço e até ajudavam no que podiam. Hoje, consigo equilibrar melhor, mas sempre foi um desafio.

6. Como as marcas Gosto Mineiro e Delícia Mineira se destacam no mercado?

A Gosto Mineiro se tornou uma marca mais gourmet, com uma receita diferenciada e mais queijo parmesão. Já a Delícia Mineira veio como uma opção com um excelente custo-benefício, mantendo qualidade. Isso permitiu que a gente alcançasse diferentes perfis de clientes e expandisse a presença no mercado.

7. Como foi a expansão da empresa para todo o estado do Ceará e para as capitais do Nordeste?

A expansão aconteceu de forma natural, a convite de grandes redes. No começo, foi difícil convencer os compradores a apostar em uma marca nordestina, mas, com muito trabalho, conseguimos conquistar espaço. Hoje, temos equipe de vendas em vários estados e continuamos crescendo.

8. Há novos planos de crescimento para as marcas no futuro?

Sim! Estamos prestes a lançar uma linha de pães de queijo recheados e estudamos expandir para a Região Norte. O Pará é um dos nossos focos para o segundo semestre deste ano. Queremos continuar inovando sem perder a essência da qualidade e do carinho em cada produto.

9. Você acredita que ser mulher no mundo dos negócios ainda traz desafios adicionais? Como superá-los?

Sem dúvida. Já fui muito subestimada, tive que provar minha capacidade mais vezes do que um homem precisaria. Mas sempre enfrentei tudo com muita garra e profissionalismo. Meu conselho? Nunca abaixe a cabeça. Mostre com trabalho e resultados do que você é capaz.

10. Como vê o crescimento do empreendedorismo feminino no Brasil, especialmente no setor de alimentos?

As mulheres estão cada vez mais fortes no mercado. No meu início, conhecia poucas empresárias no setor de alimentos. Hoje, vejo um movimento crescente de mulheres empreendendo e inovando. Isso me enche de orgulho!

11. Qual mensagem deixaria para mulheres que desejam iniciar um negócio próprio?

Não desistam! O caminho não é fácil, mas é possível. Não se deixem intimidar pela discriminação ou pelos desafios. Acreditem no seu potencial e sigam em frente. O mercado está cheio de oportunidades para quem tem coragem e determinação.

PING PONG – Respostas rápidas

PERGUNTA:

Qual livro mudou sua trajetória profissional?

RESPOSTA:

A Bíblia.
Porque é com fé que a gente vai longe!

PERGUNTA:

Qual mulher inspira/ inspirou você?

RESPOSTA:

Minha mãe! Uma mulher forte, inteligente e trabalhadora. Ela até me forneceu queijo no começo do negócio!

PERGUNTA:

Uma frase que guia sua vida?

RESPOSTA:

“Nunca desista!”

PERGUNTA:

O maior desafio que já superou?

RESPOSTA:

Superar o preconceito e provar meu valor como empresária.

PERGUNTA:

Um hábito diário que faz a diferença na sua rotina?

RESPOSTA:

Amar o que faço!
Motivando minha equipe e começando o dia com energia positiva.

PERGUNTA:

O que te motiva todos os dias?

RESPOSTA:

Saber que meu produto está na mesa de tantas famílias e faz parte da vida das pessoas.

PERGUNTA:

Um momento inesquecível da sua trajetória profissional?

RESPOSTA:

Ver meu produto na gôndola de um grande supermercado pela primeira vez. Foi uma grande conquista!



“Não se deixem intimidar pela discriminação ou pelos desafios. Acreditem no seu potencial e sigam em frente. O mercado está cheio de oportunidades para quem tem coragem e determinação.”

Elen Brito, fundadora da Delícia Mineira

VAN encanta com história de Vida & Samba



Na noite de aniversário de 60 anos, dia 05 de janeiro deste ano, a empresária e escritora Van transformou sua celebração em um evento memorável e inovador ao lançar o primeiro volume de sua trilogia autobiográfica. Em uma festa vibrante no aclamado Rosetta Bar, com clima de samba, pagode, carnaval e alegria, familiares, amigos e convidados – aproximadamente 120 pessoas – reuniram-se para prestigiar o lançamento de “Meu nome é VAN”, um livro que narra sua trajetória e histórias marcantes até os 18 anos.

A obra, que já desponta como best-seller, promete encantar os leitores com relatos sinceros e emocionantes sobre as origens da autora. Dividida em três volumes, a trilogia apresenta um olhar profundo sobre os desafios, conquistas e aprendizados vividos por Van desde a infância até



a juventude. Em seu discurso emocionado, a autora agradeceu a presença de todos e destacou a importância de resgatar as raízes e a cultura brasileira, com especial ênfase na energia contagiante do samba, que embalou a festa.

O Rosetta Bar, cenário escolhido para esse lançamento, se transformou em um verdadeiro palco de celebração, com música ao vivo, pratos deliciosos e bebidas geladas, proporcionando um ambiente acolhedor e “aconchegante” – como descreveu Van – onde o público não

parou de dançar. “Foi uma noite de muita emoção, de pura alegria e de reconhecimento pela minha trajetória. Hoje, vejo que minha história pode inspirar e transformar vidas”, afirmou a autora, que já recebe elogios pelo estilo único de narrativa e pela transparência e autenticidade de suas experiências.

Com a obra se consolidando como um sucesso, Van já vislumbra os próximos volumes, que prometem continuar a revelar os segredos e encantos de sua juventude até a sua vida atual. A expectativa é alta, e os leitores já demonstram grande interesse em acompanhar o desenrolar dessa trilogia tão pessoal e envolvente.



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.



FATURAMENTO DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS CRESCE 10% EM 2024

Resultado de R\$ 1,277 trilhão representa 10,8% do PIB brasileiro

O faturamento da indústria brasileira de alimentos alcançou R\$ 1,277 trilhão em 2024, um aumento de 9,98% em relação ao ano anterior. O resultado representa 10,8% do Produto Interno Bruto (PIB) do país. Os dados, divulgados nesta quinta-feira (20), são da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia).

Segundo o levantamento, a maior parte do faturamento, 72%, ou R\$ 918 bilhões, foi proveniente do mercado interno; 28% do comércio exterior (US\$ 66,3 bilhões). Já as vendas em 2024 apresentaram expansão de 6,1% e a produção, 3,2%, alcançando 283 milhões de toneladas de alimentos.

De acordo com a Abia, a indústria de alimentos investiu em 2024 aproximadamente R\$ 40 bilhões. Do total, R\$ 24,9 bilhões foram direcionados para inovações e R\$ 13,80 bilhões, para fusões e aquisições.

“A Abia reafirma o compromisso anunciado pela indústria de investir R\$ 120 bilhões no período de 2023 a 2026. Só em 2023 e 2024, a indústria investiu R\$ 74,7 bilhões, mais de 62% do projetado para o período. Com esses investimentos, o setor demonstra a força e a consistência

desse movimento, essencial para garantir competitividade e abastecimento nos mercados interno e externo”, destacou o presidente executivo da entidade, João Dornellas, em nota.

Supermercado do mundo

Desde 2022, o Brasil ocupa a posição de líder mundial na exportação de alimentos industrializados, em volume. No ano passado, foram 80,3 milhões de toneladas, 10,4% acima do apurado em 2023. No acumulado de 2024, a receita com essas vendas alcançou o patamar recorde de US\$ 66,3 bilhões, valor 6,6% acima do verificado no ano anterior, de US\$ 62,2 bilhões.

Os principais mercados de exportação dos produtos brasileiros em 2024 foram Ásia (38,7% das exportações, destaque para a China, com participação de 14,9%), seguida da Liga Árabe (18,9%) e da União Europeia (12,6%). Os itens que lideram a lista são carnes (US\$ 26,2 bilhões); produtos do açúcar (US\$ 18,9 bilhões); produtos de soja (US\$ 10,7 bilhões); óleos e gorduras (US\$ 2,3 bilhões); e sucos e preparações vegetais, (US\$ 3,7 bilhões).

Fonte: Agência Brasil

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

@sospomar f sospomar





SUPERMERCADOS MINEIROS INAUGURARAM 88 EM 2024 E PROJETAM ABRIR MAIS 80 EM 2025

Acompanhando as novas demandas e tendências de consumo, setor investe nos diversos formatos e portes de lojas em todo o estado

Segundo dados da Associação Mineira de Supermercados (AMIS), no ano passado, os supermercados inauguraram 88 lojas em todas as regiões mineiras, contemplando diversos portes e formatos. No total, foram gerados 8.116 empregos com os novos empreendimentos. A estimativa é de que R\$ 1.217 bilhão foram investidos somente nas novas lojas (sem considerar aquisições, ampliações e reformas).

O Presidente Executivo da AMIS, Antônio Claret Nametala, lembra que, pela relevância do setor na economia e para a população, os investimentos são

constantes para melhorar a experiência do cliente. “Cada vez mais, os supermercados assumem o compromisso de atender o cidadão em novas demandas do dia a dia e, para isso, é preciso investir não só em novas lojas com mix variado, mas também em pessoas, em tecnologias modernas e no bem-estar do cliente no ponto de venda”, ilustra Claret.

De janeiro a dezembro do ano passado, a demanda no setor também se manteve de forma positiva e fechou o ano com crescimento real de 3,84%, medido pelo Índice de Consumo nos Lares Mineiros, pesquisa mensal da AMIS. O faturamento bruto do setor em Minas Gerais fechou 2024 em R\$ 124,71 bilhões.

80 novas lojas devem ser abertas no estado em 2025

Neste ano, as empresas supermercadistas mineiras de todos os portes preveem continuar o movimento de expansão. Contabilizando somente as unidades efetivamente novas, ou seja, desconsiderando reformas, aquisições, ampliações e mudanças de bandeiras, 80 novas unidades devem ser inauguradas em 2025. Os aportes previstos são da ordem de R\$ 1,260 bilhão até dezembro.

O levantamento, tanto no fechamento de 2024, quanto nas previsões deste ano, considera apenas as unidades de autoserviço, enquadradas no perfil de supermercados, com as seções tradicionais: açougue, seção de hortifrutigranjeiros e padaria. Isto é, não são contabilizados formatos como mini lojas ou containers em condomínios, por exemplo. O número de empregos diretos gerados por esses novos empreendimentos será em torno de 8.400 novos postos.

O Presidente Executivo da AMIS, Claret Nametala, ressalta que os supermercados terão desafios para compor o quadro de pessoal. “O setor supermercadista é um grande gerador de empregos, um impulsionador do desenvolvimento econômico e social. No entanto, como vários outros segmentos empresariais, teve muita dificuldade de contratar pessoas em 2024, o que deve se repetir este ano”, prevê Claret. “Mas vamos continuar investindo em atração de talentos, em treinamentos e desenvolvimento do colaborador, porque o setor tem a missão de atender bem a população e não podemos desviar esse foco”, aponta.

Ele disse esperar também um ano mais favorável aos investimentos diante de algumas incertezas no cenário inter-

nacional. “O setor faz a sua parte com planejamento, mas depende também de condicionantes macroeconômicas e geopolíticas, que afetam diretamente a economia brasileira. Precisamos de ambiente favorável aos investimentos”.

Crescimento do consumo em 2025

Com a manutenção dos níveis de emprego e renda do consumidor projetados pelo mercado e órgãos oficiais para este ano, a expectativa do setor é de manutenção também da demanda nas lojas. As projeções da AMIS são de um crescimento de 3,30% no consumo das famílias no estado em 2025.

Regiões e formatos

A Região Central, puxada pela Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH), novamente liderou a expansão do número de empreendimentos abertos no ano, com 26 lojas. A RMBH recebeu 19 unidades e as outras sete foram abertas nos demais municípios da região. Também como ocorreu no ano anterior, o Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba foi a segunda região com mais lojas abertas, com 17 empreendimentos.

O formato tradicional de supermercado, também chamado de loja de vizinhança, teve maior número de aberturas, com 54 unidades, seguido do atacarejo, com 24 pontos. Outra constatação foi o grande número de lojas abertas pertencentes a pequenas empresas, as chamadas lojas independentes. “Isso confirma que o setor supermercadista mineiro é bastante resiliente e disseminado, com oportunidades para todos os portes de empresas”, observa Claret.

DIA DAS MULHERES: 08 DICAS DE LÍDERES DE GRANDES EMPRESAS

Destaques da liderança feminina, representantes de companhias como Kraft Heinz, Seguros Unimed, Colgate-Palmolive e Comgás compartilham orientações para quem deseja crescer na carreira

No Dia Internacional da Mulher, mais do que celebrar conquistas, é essencial destacar o impacto da liderança feminina no mundo dos negócios. Segundo o último levantamento da CNI (Confederação Nacional da Indústria), as mulheres ocupam 39,1% dos cargos de liderança no Brasil, mesmo representando mais da metade da população.

Para marcar a data, executivas que ocupam posições estratégicas compartilham aprendizados, desafios superados e conselhos inspiradores para quem busca crescimento profissional. As reflexões vão desde a importância do autoconhecimento e da construção de rede de apoio até estratégias para equilibrar carreira e vida pessoal, reforçando como a diversidade na liderança impulsiona inovação e gera impactos positivos para empresas e sociedade.

Invista em si mesma



Fernanda Barrocal, CFO da Kraft Heinz Brasil

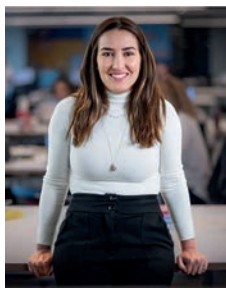
Fernanda Barrocal, CFO da Kraft Heinz Brasil — detentora das marcas Heinz, Quero, Hemmer e BR Spices — destaca que muitas mulheres são levadas a acreditar que possuem menos valor do que os homens, o que pode gerar insegurança e impactar seu crescimento profissional.

“Acredite no seu potencial e não se subestime. Muitas vezes, somos mais críticas conosco do que necessário, o que

pode nos impedir de aproveitar oportunidades valiosas. Esteja aberta a novos desafios e confie na sua capacidade de superá-los. Lembre-se de que, às vezes, os outros enxergam nosso potencial antes de nós mesmas”, aconselha.

Além disso, Fernanda ressalta a importância de estar sempre atualizada com notícias, tendências e inovações dentro e fora da sua área de atuação. *“Estude, mantenha-se informada e desenvolva uma visão ampla do negócio. Estar em constante evolução, conhecer o funcionamento da empresa além do seu dia a dia, e estar antenado às notícias do Brasil e do mundo, abre portas e cria flexibilidade para movimentações futuras”, complementa a CFO.*

Construa uma rede de apoio profissional



Carol Dias, diretora de People & Performance da Kraft Heinz Brasil

Carol Dias, diretora de People & Performance da Kraft Heinz Brasil, reforça a importância da troca de experiências com outras mulheres de diferentes áreas, cargos e empresas.

“Construa sua rede de apoio. O desenvolvimento profissional não acontece sozinho — mentorias, trocas com outras líderes e um ambiente corporativo que valorize a equidade são fundamentais. Nenhuma vivência é única, e dividir dificuldades,

aprendizados e experiências ajuda no crescimento conjunto, em uma evolução e apoio constantes. Além disso, estar próxima dos demais setores da empresa é essencial para ter uma visão 360° da companhia”, destaca Carol.

Tenha autoconfiança e se dedique



Liliane Baldacci, Diretora Executiva de Administração e Finanças da Seguros Unimed

Liliane Baldacci, Diretora Executiva de Administração e Finanças da Seguros Unimed, destaca que, ao longo de sua carreira, a autoconfiança, a dedicação e a perseverança foram essenciais para romper barreiras e conquistar novas oportu-

nidades, especialmente em um setor predominantemente masculino como o de seguros.

“Muitas vezes, somos mais exigentes conosco do que com os outros, o que pode nos impedir de enxergar nosso verdadeiro potencial. A minha dica é: confie em si mesma e nos seus talentos. Nunca permita que as inseguranças definam seu caminho”, aconselha, ressaltando que acreditar em si é o primeiro passo para alcançar o sucesso profissional.

Além disso, Liliane enfatiza a importância de se capacitar, se atualizar e perseverar para alcançar o sucesso no mundo corporativo. “O setor de seguros, em particular, exige aprendizado contínuo e a capacidade de se adaptar às mudanças. Esteja sempre se atualizando, buscando novos conhecimentos e ampliando sua visão sobre o mercado. Investir no aprendizado contínuo, ser flexível e persistente são fundamentais para se destacar e conquistar seu espaço”, conclui.

Colaboração é a chave



Maria Siqueira, Co-diretora do Instituto Pacto Contra a Fome

Maria Siqueira, Co-diretora do Instituto Pacto Contra a Fome, tem trilhado um caminho admirável como liderança de impacto socioambiental, com foco na redução de desigualdades e na agenda de alimentação. Sua trajetória mostra como a construção de pontes entre diferentes setores pode transformar a realidade brasileira.

“Ao longo da minha carreira, aprendi que a colaboração entre governo, sociedade civil e empresas é chave para superar desafios complexos de maneira estruturante, construindo, assim, mudanças de sociedade. No Instituto Pacto Contra a Fome, reunimos estes atores em prol de um objetivo comum: nenhuma pessoa no Brasil com fome até 2030 e todas as pessoas com alimentação adequada até 2040.”, afirma Maria.

Em sua experiência como liderança e empreendedora, Maria destaca a importância de cultivar a escuta ativa para construir relações sólidas e duradouras, sem perder de vista o pragmatismo. “A capacidade de se colocar no lugar do outro e compreender suas necessidades é fundamental para construir colaborações que gerem valor e permitam avanços grandiosos. Essa escuta atenta, por exemplo, foi fundamental para o Pacto Contra a Fome defender mudanças importantes como a aprovação da nova Cesta Básica Nacional e o aumento do percentual de alimentos saudáveis na merenda escolar, vitórias cruciais para garantir o acesso à alimentação adequada e proteger a saúde das crianças”.

Para as mulheres que desejam seguir carreira no setor social, Maria deixa alguns conselhos: “Descubra aquilo que mobiliza a sua paixão e visão, é lá que estará sua maior capacidade de realização. Busque pessoas competentes e que compartilham de seus valores para trilhar a jornada, isto é fundamental para ganhar tração e enfrentar os desafios que certamente virão.”

Autoconhecimento, Diversidade e Equilíbrio são pilares fundamentais



Fernanda Candeias, Diretora Institucional e de Relacionamento com as Comunidades da Ternium

“Ao longo da minha trajetória, aprendi que o sucesso não é um destino, mas sim a jornada. O autoconhecimento é essencial para tomar decisões assertivas, assim como a construção de uma rede de apoio, fundamental para superar desafios. Equilibrar carreira e vida pessoal não é simples, mas com planejamento e priorização, é totalmente possível.

Acredito que a diversidade na liderança enriquece as discussões, impulsiona a inovação e gera impactos positivos tanto para as empresas quanto para a sociedade.

Meu conselho para quem deseja crescer: invista em si mesmo, celebre suas conquistas, esteja sempre aberto a aprender com cada experiência e, acima de tudo, aproveite a jornada!”

Fernanda Candeias, Diretora Institucional e de Relacionamento com as Comunidades da Ternium.

Autoconfiança e Empoderamento



Patrícia Nolasco, Líder de Comunicação Estratégica de Marketing LATAM da Lubrizol

A participação feminina na liderança é essencial para trazer novas perspectivas aos negócios e às decisões estratégicas. Segundo Patrícia, a experiência de estar em uma

posição de liderança feminina vai além de ocupar um cargo estratégico, pois envolve a responsabilidade de promover mudanças, abrir portas para outras mulheres e transformar a cultura corporativa.

“Ao longo da minha trajetória, aprendi que autoconfiança, resiliência e uma rede de apoio são fundamentais para o crescimento. Estar conectada com outras mulheres, trocar experiências e investir constantemente no meu desenvolvimento foram passos decisivos para minha evolução profissional e podem ser importantes na jornada de todas as mulheres.

Na Lubrizol, as mulheres representam quase 50% da liderança na América Latina, e vejo o impacto positivo de nossas vozes na construção de uma trajetória de inovação, crescimento e inspiração. Por isso, promovemos iniciativas que impulsionam a equidade de gênero e fortalecem a representatividade feminina em todas as áreas, criando oportunidades para que mais mulheres ocupem posições de destaque e contribuam para o sucesso dos negócios e da sociedade”, comenta.

Tenha aliadas



Milena Brito, Diretora Comercial da Comgás

Milena Brito, Diretora Comercial da Comgás, maior distribuidora de gás natural da América Latina, acredita no poder da união feminina e da mentoria para impulsionar a presença de mulheres em cargos de liderança.

“Um dos maiores aprendizados que tive foi a importância de construir redes de apoio e compartilhamento. Na Comgás, criamos constantemente rodas de conversa e espaços seguros para discutir anseios, frustrações e buscar soluções juntas. Acredito que a vulnerabilidade e a

empatia são ferramentas poderosas para nos fortalecermos e crescermos juntas. E a colaboração e o apoio mútuo são fundamentais para superar os desafios e alcançar o sucesso”, afirma.

Além disso, Milena aconselha: “Para as mulheres que estão começando suas carreiras ou buscando ascensão profissional, meu conselho é: sejam protagonistas de suas jornadas! Desenvolvam suas habilidades, construam relacionamentos e não tenham medo de se posicionar. Os desafios são constantes, mas a cada obstáculo superado, a sensação de conquista e o impacto positivo que geramos são motivadores para seguir em frente”.

Não tenha medo de errar



Adriana Anido, Vice-Presidente de Marketing na Colgate-Palmolive

Adriana Anido, Vice-Presidente de Marketing na Colgate-Palmolive, ressalta a importância da representação feminina em posições de liderança. “A liderança feminina é crucial na criação de um futuro mais equita-

tivo, e me orgulho de contribuir para essa transformação na Colgate-Palmolive, que valoriza a diversidade e a colaboração.”

Ela incentiva o protagonismo e a troca de experiências diárias: “Acredite em si mesma, inspire-se em outras mulheres e construa uma rede de apoio. Não tema errar. Os erros são oportunidades para refletir e aprender, podendo levar a abordagens inovadoras e soluções criativas. A jornada pode ser desafiadora, mas com propósito e apoio, podemos construir uma sociedade mais justa para todos.”

Bruna Alcântara Perpétuo, Vice-presidente de Gente, Cultura & Segurança da Rumo

“Na Rumo, nós acreditamos que ambientes diversos e inclusivos impulsionam a inovação, fortalecendo a nossa

cultura. Nos últimos anos, revisitamos nossos processos e pactuamos metas para contar com cada vez mais mulheres na companhia. Em 2024, o número de mulheres em cargos operacionais e administrativos subiu para 15% (o que equivale a mais de 1.200 colaboradoras).”

“Temos 30% de mulheres em todos os níveis de liderança, na manutenção, na manobra e mulheres maquinistas conduzindo trens de 135 vagões. Ainda temos um longo caminho pela frente, na promoção de um ambiente de trabalho mais inclusivo e equalitário, mas já há mudanças significativas e positivas na forma de a Rumo trabalhar e pensar a infraestrutura logística brasileira.”

O impacto de uma empresa diversa

Trabalhar em uma empresa que valoriza a diversidade e investe no desenvolvimento da liderança feminina promove maior engajamento, amplia a troca de perspectivas e impulsiona resultados. Além disso, companhias que incentivam mulheres em cargos de decisão contribuem para um mercado mais equilibrado e competitivo, refletindo positivamente na sociedade como um todo.

“Quando olho para 15 anos atrás, a presença feminina em cargos de liderança era muito menor. Tive a sorte de estar em empresas que adotaram agendas intencionais para aumentar a representatividade das mulheres. Ainda assim, é desafiador e precisamos ser intencionais. Na Kraft Heinz, por exemplo, nossa meta é alcançar 50% de mulheres em posições de liderança até 2026. Hoje, estamos em 45% no Brasil. Temos programas de aceleração de carreiras, mentoria específica para mulheres e ações afirmativas, como licença-maternidade estendida e benefícios para mães”, exemplifica Fernanda Barrocal.

HOMENAGEM À ABRAS NA CÂMARA DOS DEPUTADOS DESTACA ATUAÇÃO NA REFORMA TRIBUTÁRIA

Discurso do presidente da Associação reforçou a importância do poder de compra das famílias brasileiras, do abastecimento dos lares e do acesso digno aos alimentos

Em março, a Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) foi homenageada em uma Sessão Solene na Câmara dos Deputados, em reconhecimento ao seu protagonismo na Reforma Tributária e à relevância do setor supermercadista para a economia e a sociedade brasileira. A iniciativa foi do deputado Joaquim Passarinho (PL-PA), que ressaltou a contribuição da entidade na construção do novo sistema tributário, com destaque para a isenção de impostos da Cesta Básica Nacional, medida fundamental para garantir a segurança alimentar das famílias brasileiras.

O evento contou com a presença de importantes autoridades, como o ministro do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte do Brasil, Márcio França, o ministro do Desenvolvimento Agrário e da Agricultura Familiar, Paulo Teixeira, e o senador Efraim Filho (UNIÃO-PB), entre outros representantes do poder público e do setor supermercadista.

Ao longo dos debates sobre a Reforma Tributária, a ABRAS tem atuado diretamente no Congresso Nacional, apresentando estudos e análises sobre o consumo no Brasil e defendendo um modelo tribu-

tário que garanta a acessibilidade aos alimentos essenciais. Com essa atuação, a entidade se consolida como um elo estratégico entre o setor supermercadista e o governo, promovendo o desenvolvimento econômico e buscando soluções para um abastecimento mais eficiente em todo o país.

Em seu discurso, o presidente da Associação reforçou o compromisso da Abras e destacou que a atuação dedicada à Reforma Tributária vai além das empresas, mirando também o poder de compra das famílias brasileiras, do abastecimento dos lares e do acesso digno aos alimentos.

“Defendemos a segurança alimentar e lutamos pela isenção de impostos sobre a Cesta Básica Nacional de Alimentos — uma conquista histórica promovida pelo Congresso Nacional e pelo Governo Federal. Trabalhamos incansavelmente para garantir que produtos essenciais chegassem ao consumidor com menos tributos, item por item, NCM por NCM, sempre com embasamento técnico e compromisso inabalável. Assim, escrevemos a Cesta Básica Nacional na Constituição Brasileira”, pontuou.

Revista

Nosso[®]

Ceará

POLE ALIMENTOS PROMOVE AÇÕES PARA BEM-ESTAR DOS COLABORADORES COM O PROJETO "BEM NA POLE"

AS INICIATIVAS SÃO FUNDAMENTADAS NOS PILARES: RESPONSABILIDADE SOCIAL, NUTRIÇÃO, SAÚDE FÍSICA, SUSTENTABILIDADE E SAÚDE EMOCIONAL

PIN CLUBE, DO SUPERMERCADO PINHEIRO, VIRA PARCEIRO DOS PROGRAMAS DE SÓCIOS DE CEARÁ E FORTALEZA
PROGRAMA DE FIDELIDADE DA REDE DE SUPERMERCADOS GARANTIRÁ DESCONTOS EM TODOS OS PRODUTOS PARA SÓCIOS DOS MAIORES TIMES DO ESTADO, ALÉM DE MEIA ENTRADA NO CINE BOM VIZINHO



EDITORIAL



Em um varejo dinâmico, a inovação e o cuidado com as pessoas se destacam como pilares essenciais para o crescimento. Nesta edição, reunimos iniciativas que demonstram como empresas do setor estão investindo no bem-estar dos colaboradores, na fidelização de clientes e na transformação digital para se manterem competitivas.

A Pole Alimentos exemplifica essa preocupação ao lançar o projeto “Bem na Pole”, que visa melhorar a qualidade de vida de seus colaboradores por meio de ações voltadas à saúde física, mental e social. Em um mundo onde a satisfação no trabalho tem impacto direto na produtividade, programas como esse reforçam a importância de um ambiente corporativo saudável e acolhedor.

No varejo, a parceria inédita entre o PIN Clube, do Supermercado Pinheiro, e os programas de sócios de Ceará e Fortaleza reflete uma nova era na relação entre marcas e consumidores. A iniciativa oferece benefícios exclusivos aos

torcedores, aproximando ainda mais os supermercados do público apaixonado por futebol e fortalecendo a fidelização de clientes.

Já no universo do e-commerce, o GPA consolida sua posição de liderança ao registrar um crescimento expressivo em vendas online. O sucesso da Black Friday e a transição para um modelo logístico mais ágil demonstram a capacidade de adaptação do setor ao comportamento do consumidor, que busca cada vez mais praticidade e conveniência.

Esses movimentos refletem uma tendência clara: o futuro do varejo e da indústria passa pela valorização das pessoas e pela inovação constante. Empresas que investem nesses pilares não apenas se destacam no mercado, mas também constroem relações sólidas e duradouras com seus colaboradores e clientes.

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!



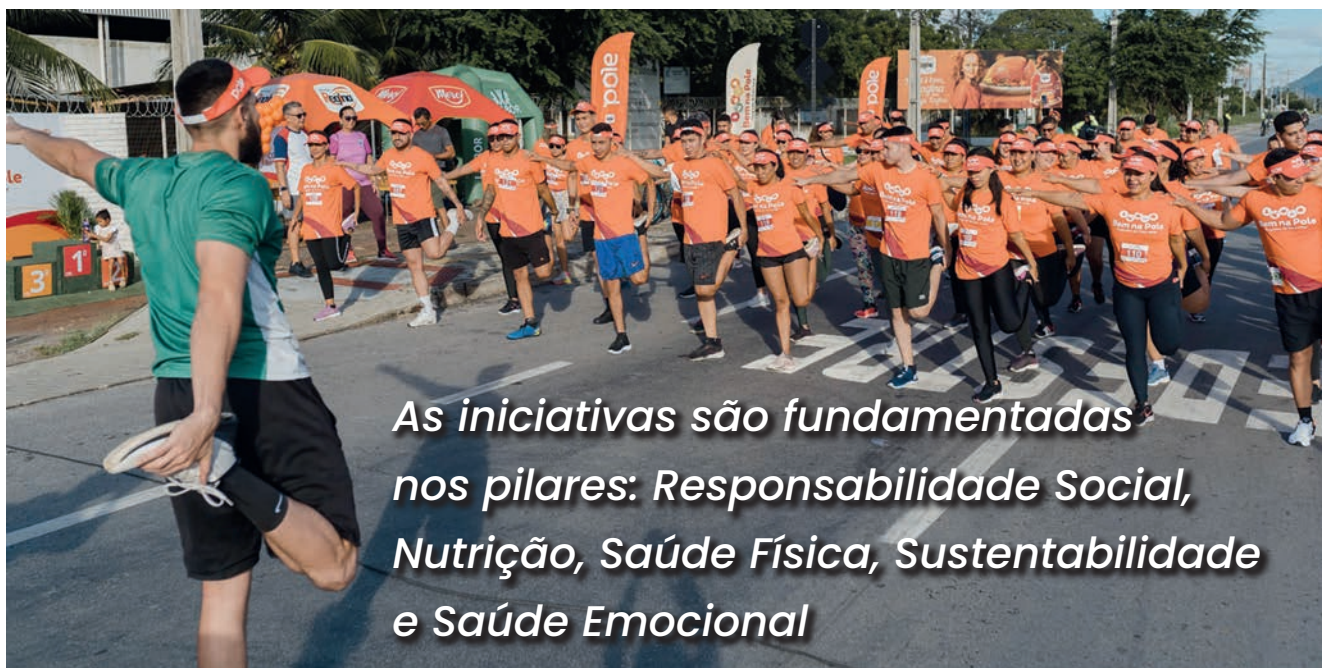
cequip.cequip



@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.

POLE ALIMENTOS PROMOVE AÇÕES PARA BEM-ESTAR DOS COLABORADORES COM O PROJETO “BEM NA POLE”



As iniciativas são fundamentadas nos pilares: Responsabilidade Social, Nutrição, Saúde Física, Sustentabilidade e Saúde Emocional

A produtividade no ambiente de trabalho se relaciona com o bem-estar dos colaboradores na empresa onde trabalham. De acordo com uma pesquisa realizada pela Infojobs, 90% dos brasileiros consideram trocar de emprego por motivos de saúde mental, satisfação ou felicidade no trabalho. Buscando proporcionar o cuidado com a saúde integral dos colaboradores, a Pole Alimentos – empresa cearense que possui as marcas Granja Regina, Mercí e Gostosinha – realiza o projeto “Bem na Pole”.

Com projetos que contemplam os pilares Responsabilidade Social, Nutrição, Saúde Física, Ambiente de Trabalho e Saúde Emocional, o programa inclui inicia-

tivas como: Pilates, Ginástica Laboral, Atendimento Nutricional, Bazar Sustentável, Plantão Psicológico, Família na Pole, entre outros.



“O Bem na Pole é um projeto que reflete a essência da nossa empresa de pensar em pessoas e proporcionar cuidado. Acreditamos que o desempenho e engajamento dos profissionais está associado à forma como eles se sentem no ambiente de trabalho. Se eles percebem

acolhimento, atenção às necessidades de bem-estar físico e emocional, se o ambiente passa segurança, e muitos outros fatores. Por isso, olhamos para os nossos colaboradores como gente que carrega histórias, sonhos e emoções, e que acima de tudo coloca o coração em cada ação.”, explica Cíntia Vasconcelos, gerente de RH da Pole Alimentos.

Conheça algumas iniciativas do Bem na Pole:

- **Engajamento de lideranças:** consolida dois rituais para evidenciar a pauta de bem-estar na rotina dos líderes. O primeiro é o Programa de Desenvolvimento de Lideranças (PDL) e o segundo são as reuniões periódicas para aprofundar indicadores que revelam o estado da saúde e bem estar dos colaboradores.
- **Fisioterapia:** atendimentos personalizados para atender queixas apresentadas pelos colaboradores. São repassadas orientações posturais e/ou alguns exercícios que podem ser realizados em casa ou no ambiente de trabalho, com o objetivo de complementar o atendimento.
- **Corrida Bem na Pole:** idealizada para estimular o engajamento dos colaboradores na busca por uma vida mais saudável.
- **Nutri Educa:** trabalho de psicoeducação incentivando práticas saudáveis através do melhor uso e aproveitamento dos alimentos.
- **Gestar, amor de mãe:** oferece suporte às colaboradoras por meio de orientações com profissionais multidisciplinares, além do acolhimento no processo de reintegração ao ambiente de trabalho, favorecendo a segurança psicológica.



Sobre a Pole Alimentos

A Pole Alimentos é uma empresa cearense reconhecida por seu compromisso com a produção de soluções em proteínas estabelecendo relações de confiança, destacando-se por suas marcas Granja Regina, Mercí e Gostosinha. Fundada em 2000, distribui produtos que refletem o valor da produção local, assegurando frescor e sabor em cada item.

Guiada por princípios sólidos de dedicação, resiliência e união, a empresa fundamenta sua cultura organizacional em valores que promovem um ambiente de trabalho colaborativo. Sob a liderança de Tissiana Studart Lima, a Pole Alimentos tem se posicionado como uma referência no setor, priorizando a evolução contínua e o compromisso com a qualidade em todas as etapas de produção.



JOSÉ MENDES COMPARTILHA TRAJETÓRIA NA PREVENÇÃO DE PERDAS



No cenário competitivo do varejo, a Prevenção de Perdas tem se tornado um diferencial estratégico para garantir a sustentabilidade e a lucratividade das empresas. Fundada a partir do sonho de valorizar os profissionais de Prevenção de Perdas (PP) e auxiliar os varejistas na otimização de seus resultados, a Mendes Alves tem acumulado cases de sucesso em grandes redes do Ceará e de outros estados do Nordeste.

Em entrevista, José Mendes, fundador da Mendes Alves compartilha detalhes sobre a origem da empresa, os principais serviços oferecidos, o funcionamento do processo de mentoria e a visão sobre o mercado de Prevenção de Perdas no Brasil.

Como surgiu a Mendes Alves e o que motivou sua criação?

José Mendes: A Mendes Alves surgiu de um sonho de empreender aliado à paixão pela profissão. Minha principal motivação foi o desejo de valorizar os agentes de Prevenção de Perdas (PP) por meio do conhecimento, ajudando-os a melhorar seus resultados no mercado. Esse segmento é de extrema importância para o varejo, e, no passado, senti essa necessidade em primeira mão. Além disso, nosso propósito é apoiar os varejistas na otimização de seus resultados por meio de boas práticas e de uma cultura sólida de prevenção de perdas. Muitas vezes, esses resultados não aparecem devido à falta de conhecimento sobre o tema.

Quais são os principais serviços oferecidos pela Mendes Alves?

José Mendes: Oferecemos palestras e treinamentos para a formação de profissionais de PP, com foco em solução, aliada com a elaboração e leitura de indicadores, tornando os resultados mais transparentes. Além disso, realizamos análises de processos e procedimentos para identificar oportunidades de melhoria e redução de perdas.

Como funciona o processo de mentoria em prevenção de perdas?

José Mendes: O processo de mentoria começa com a identificação da cultura da empresa e de seus colaboradores. A partir disso, desenvolvemos soluções personalizadas em PP, incluindo pesquisas de clima organizacional para compreender a percepção dos funcionários sobre o tema. Nosso objetivo é integrar a cultura da empresa com as melhores práticas de prevenção de perdas, garantindo melhores resultados.

Existem cases de sucesso ou exemplos de empresas que tiveram grandes resultados com a Mendes Alves?

José Mendes: Sim! Algumas empresas alcançaram grandes resultados com nosso trabalho. Um exemplo é o Cometa Supermercados, a maior rede do Ceará, no qual a implementação efetiva dos processos de Prevenção de Perdas começou em meados de 2014, com a sistematização das operações, captação de indicadores e inovação por meio de treinamentos e atualizações alinhadas ao mercado nacional. Outro case de sucesso é o Samuka Atacadista, em Aracati, nosso primeiro cliente fora da Grande Fortaleza. Lá, desenvolvemos toda a cultura de Prevenção de Perdas, desde a criação da equipe de fiscais de loja até a estruturação da gestão do setor. Além disso, podemos citar o JL Supermercados, em Paracuru, e o Super Meireles, em Maracanaú, onde implementamos indicadores estratégicos e promovemos uma significativa redução de perdas.

Em quais segmentos a empresa atua e quais são os mais impactados por perdas?

José Mendes: Atuamos principalmente no setor varejista, com especialização no segmento alimentar. No entanto, também estamos inovando em outras áreas, como o setor de calçados, em parceria com uma das maiores redes do estado, a “Banban Calçados”. Entretanto, sem dúvidas, o segmento mais impactado por perdas é o varejo alimentar, no qual, segundo a ABRAPPE, teve 2,50% de perdas sob o faturamento no ano de 2023.

Como vocês enxergam o mercado de prevenção de perdas no Brasil hoje?

José Mendes: No Brasil, especialmente no Nordeste, a prevenção de perdas ainda precisa ganhar mais credibilidade. Devendo ser tratada como parte essencial da estratégia empresarial, sendo, em muitos casos, um fator determinante para a sobrevivência dos negócios. Tornando-se uma excelente opção para garantir a sustentabilidade, a redução de custos, as quebras e os desperdícios.

Quais são os planos da Mendes Alves para os próximos anos? Há novos projetos, parcerias ou inovações que vocês estão desenvolvendo?

José Mendes: Sim! Estamos sempre inovando, pois somos imparáveis! Nos próximos anos, planejamos expandir nossas operações por todo o Ceará e nos estados vizinhos, levando nossas soluções cada vez mais perto do varejo. Além disso, queremos fortalecer a conscientização popular sobre a importância do tema, pois a Prevenção de Perdas somos todos nós.

PIN CLUBE, DO SUPERMERCADO PINHEIRO, VIRA PARCEIRO DOS PROGRAMAS DE SÓCIOS DE CEARÁ E FORTALEZA

Programa de fidelidade da rede de supermercados garantirá descontos em todos os produtos para sócios dos maiores times do Estado, além de meia entrada no Cine Bom Vizinho



Em uma iniciativa inédita no Estado, o PIN Clube, clube de Vantagens do Supermercado Pinheiro, passa a ser parceiro dos programas de sócios de Ceará e Fortaleza, oferecendo aos torcedores benefícios exclusivos na rede de supermercados. Atualmente os programas dos dois times possuem mais de 82 mil sócios quando somados.

Para isso, basta que os sócios torcedores adimplentes de Ceará e Fortaleza façam seu cadastro no PIN Clube pela internet. Após isso, eles estarão aptos a usufruir de descontos em todos os produtos nas 23 lojas do Supermercado Pinheiro, meia entrada nos cinemas de Acaraú, Aracati, Limoeiro do Norte, Quixadá e Sobral, bem como outros benefícios do programa.

“Estamos com ótimas expectativas para essa parceria com os dois maiores times do Estado. Os clubes vivem

momentos especiais, disputando a série A e engajando uma massa apaixonada de torcedores. Nada mais justo para os sócios das equipes do que passar a contar com a parceria do Bom Vizinho e ter acesso a benefícios exclusivos”, destaca Alexandre Pinheiro, diretor comercial do Supermercado Pinheiro.

Com 23 lojas no Estado e grande expansão nos últimos anos, o Supermercado Pinheiro vem realizando importantes movimentos para dinamizar operações e consolidar sua presença no Estado. Dentre as ações recentes, o Shopping Bom Vizinho, em Aracati, passou a contar com uma nova operação: a Selfit Academias. Já em Limoeiro do Norte, a Arena do Bom, passou a oferecer para a cidade um complexo esportivo com oito quadras para a prática de beach tênis, futevôlei e vôlei de praia, além de restaurante e espaço kids, visando a consolidação como um local para a família. Por sua vez, em Quixeramobim, a rede vem realizando investimentos para agregar serviços na loja, que vai abrigar uma academia, com capacidade de atender até 2 mil pessoas por dia, e duas salas de cinema do Cine Bom Vizinho, sendo uma 3D e outra digital.

Confira mais no site <http://www.supermercadopinheiro.com.br> e @supermercadopinheirooficial no Instagram.

GPA LIDERA O E-COMMERCE DE ALIMENTOS



O GPA, detentor das redes Pão de Açúcar e Extra Mercado, fechou 2024 como líder no e-commerce de alimentos, tanto nos canais próprios, quanto nas plataformas parceiras, de acordo com levantamento da Nielsen. No relatório do quarto trimestre do ano passado foi registrado um aumento de 18,0% em relação a 2023, totalizando R\$ 2,2 bilhões em vendas.

O crescimento foi marcado pela Black Friday, em novembro, que registrou um recorde histórico de vendas em um único dia, com um crescimento de 18% em relação ao ano anterior. Outro fator que contribuiu para o avanço foi a migração das operações do e-commerce do Centro de Distribuição para um modelo 100% *ship from store* — quando as lojas físicas funcionam como pontos de estoque da rede de distribuição.

Serviços de compras online

O Pão de Açúcar e o Extra Mercado são pioneiros no e-commerce do varejo alimentar, contando com um leque de serviços para facilitar a experiência do cliente. No Pão de Açúcar, para realizar compras online, basta entrar no site <https://www.paodeacucar.com/> ou baixar o aplicativo Pão de Açúcar Mais. Após realizar as compras, as mercadorias podem ser retiradas na loja selecionada, pelo 'Clique e Retire' ou, ainda, ser entregues pelo delivery com a opção de Entrega Pra Já (em até 2h) e Entrega Express (horário agendado).

Já os clientes do Extra Mercado podem acessar o <https://www.clubeextra.com.br/> ou o aplicativo Clube Extra. Os pedidos podem ser retirados em loja ou recebidos em casa através da Entrega Pra Já (em até 2h) e da Entrega Rápida (horário agendado).

Todos que realizam as compras online no Pão de Açúcar ou no Extra Mercado passam a ser clientes fidelidade de cada marca e têm acesso a benefícios especiais.



PR. JOSÉ FLÁVIO

MENSAGEM DE PAZ

Qual o verdadeiro sentido da Páscoa?

ÊXODO 12: 1-28

Ovos, chocolate, coelho... Todas essas coisas se tornaram parte da celebração da páscoa, mas não explicam seu significado. Como surgiu a festa da Páscoa? E, porque celebramos? A Bíblia dá a resposta. Origem da Páscoa? Tudo começou há muito tempo atrás, no Egito. Nessa noite, a tensão era alta. Os israelitas esperavam ansiosamente em casa pelo grande momento. Então, no meio da noite, o silêncio foi quebrado por gritos de desespero. E a ordem chegou. Estava na hora de partir. Os Israelitas tinham sido escravizados pelos egípcios, mas Deus tinha prometido os libertar. Ele enviou pragas devastadoras sobre o Egito e fez grandes milagres, mas o Faraó não libertou o povo. Por isso, Deus decidiu enviar uma última praga, mais terrível que todas as outras. Em uma só noite, o filho mais velho de cada casa no Egito seria morto. Mas para os israelitas, seria uma noite de livramento. Para fazer distinção entre o povo de Deus e os Egípcios, cada família israelita sacrificou um cordeiro no lugar do filho mais velho e colocou seu sangue à volta da porta de casa. Quando o anjo da morte passou, ele avistou o sangue nas portas dos israelitas e passou por cima de suas casas sem matar ninguém. Os israelitas assaram os cordeiros sacrificados e fizeram pães sem fermento, porque não

tinha tempo para fazer pão levedado. Todos comeram com pressa, com tudo preparado para partir, Deus tinha avisado que precisavam estar prontos. Ainda nessa noite seriam livres! Quando seu filho morreu ainda nessa noite o Faraó mandou os israelitas embora. Eles saíram do Egito vitoriosos, sem uma única batalha! Esse foi um dia de julgamento para o Egito, mas de Libertação para o povo de Deus. Para lembrar esse dia Deus instituiu a festa da Páscoa, que significa passagem ou passar por cima.

A Celebração da Páscoa Cristã no Novo Testamento tem uma conotação espiritual onde todos nós fomos escravizados pelo pecado e precisávamos ser libertos. Deus prometeu trazer julgamento sobre o mundo, mas ele ofereceu um escape: JESUS.

Os israelitas sacrificaram um cordeiro para salvar suas famílias. Deus sacrificou seu próprio filho para nos salvar. Como está escrito João 1:29 "Eis o Cordeiro de Deus, que tira o pecado do mundo! Durante a festa da Páscoa Judaica, Jesus morreu na cruz em nosso lugar. Agora, quem crê em Jesus como seu salvador está livre da condenação Eterna. O sangue de Jesus é um sinal na vida de quem o ama, protegendo do castigo eterno. Ele liberta da escravidão do pecado e dá uma vida nova. Agora todos podemos fazer parte do povo de Deus e viver em Liberdade! É por isso que continuamos a celebrar a Páscoa, mas com um significado diferente do Antigo Testamento. Celebramos a libertação do pecado, o perdão do castigo e a vitória sobre a morte! A Páscoa é a celebração do sacrifício de Jesus na cruz do calvário, proporcionando Salvação Eterna.

Jesus é a nossa Páscoa!

Revista

NOSSO[®]

Paraíba

CRESCIMENTO DO VAREJO PARAIBANO SE DESTACA NO NORDESTE EM JANEIRO, APONTA IBGE

*O volume de vendas no estado cresceu
5,4% em relação a janeiro de 2024*

**NOMOFOBIA: ESPECIALISTA EXPLICA COMO O MEDO
IRRACIONAL DE NÃO TER O CELULAR POR PERTO
PODE AFETAR A VIDA PROFISSIONAL
CONDIÇÃO COMPROMETE FOCO E EFICIÊNCIA NO
AMBIENTE DE TRABALHO, AFIRMA A PSICÓLOGA
MÁRCIA PEIXOTO**

M. Dias Branco

EDITORIAL

O desempenho positivo do varejo paraibano no início de 2025 reforça a força do setor no estado. De acordo com a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), divulgada pelo IBGE, a Paraíba registrou um crescimento de 5,4% no volume de vendas em janeiro, superando não apenas a média nacional, mas também se destacando como o melhor resultado do Nordeste.

A performance do varejo paraibano reflete a capacidade de adaptação dos empresários locais, o fortalecimento do consumo e a confiança do consumidor. O crescimento se mantém, inclusive, na comparação com dezembro, tradicionalmente o mês mais aquecido do comércio, contrariando a tendência nacional de retração.

Esses números evidenciam o impacto das estratégias adotadas pelo setor, desde investimentos em digitalização e omnichannel até ações de fidelização e aprimoramento da experiência do cliente. O varejo, um dos principais motores da economia, continua a demonstrar sua importância para a geração de empregos e o desenvolvimento regional.

Além do crescimento do varejo, João Pessoa também celebra a reinauguração de uma unidade do O Boticário no Manaíra Shopping. A nova loja foi projetada para

oferecer uma experiência de compra diferenciada, valorizando a interação com os produtos e proporcionando mais conforto aos clientes. O design inovador e a possibilidade de experimentação reforçam a tendência de oferecer um atendimento mais personalizado e envolvente.

Por outro lado, em um mundo cada vez mais conectado, a relação com a tecnologia pode se tornar um desafio. A nomofobia, caracterizada pelo medo irracional de ficar sem o celular, tem impactado não apenas a vida pessoal, mas também a produtividade no ambiente corporativo. A dependência excessiva dos dispositivos pode comprometer o foco e a eficiência dos profissionais, tornando essencial a busca por um equilíbrio saudável entre o digital e o offline.

Olhando para o futuro, é essencial que o setor mantenha esse ritmo de crescimento sustentável, aproveitando as oportunidades do mercado e enfrentando desafios com inovação e planejamento estratégico. O sucesso do varejo paraibano, a evolução da experiência de compra e a conscientização sobre o uso equilibrado da tecnologia mostram que o desenvolvimento econômico e social depende de um olhar atento para as tendências e comportamentos da sociedade.

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



CRESCIMENTO DO VAREJO PARAIBANO SE DESTACA NO NORDESTE EM JANEIRO, APONTA IBGE

O volume de vendas no estado cresceu 5,4% em relação a janeiro de 2024

O setor varejista da Paraíba apresentou o maior crescimento da Região Nordeste no primeiro mês de 2025, conforme a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em março. O volume de vendas no estado cresceu 5,4% em relação a janeiro de 2024, superando a média nacional, que ficou em 3,1%.

Mesmo na comparação com dezembro, tradicionalmente o mês de maior movimentação comercial, a Paraíba manteve um desempenho positivo, registrando alta de 0,3%. No cenário nacional, a tendência foi de leve retração, com queda de 0,1% no mesmo período.

Entre os estados nordestinos, a Paraíba liderou o crescimento do varejo em janeiro, seguida pelo Ceará (3,6%), Piauí (2,8%), Alagoas (2,4%) e Rio Grande do Norte (2,2%). Já Pernambuco (1,7%), Bahia (1%) e Maranhão (0,7%) tiveram avanços mais modestos. Sergipe foi a única unidade da região a apresentar retração, com queda de 2%.

A Pesquisa Mensal do Comércio acompanha o desempenho do setor varejista no Brasil desde 1995, analisando a receita bruta de revenda de empresas formalmente estabelecidas com 20 ou mais funcionários. Os dados fornecem uma visão conjuntural do mercado e são disponibilizados mensalmente pelo IBGE, permitindo acompanhar a variação no volume e na receita nominal de vendas tanto para o comércio varejista quanto para o comércio ampliado. Os resultados podem ser consultados na plataforma Sidra.

Expansão no comércio ampliado

Quando considerado o comércio varejista ampliado, que inclui segmentos como veículos, motos, autopeças, material de construção e atacado de alimentos, a Paraíba novamente se destacou. O estado registrou

um crescimento de 6,5% em relação a janeiro de 2024, uma taxa três vezes superior à média nacional, que ficou em 2,2%.

Setores em alta

Em janeiro de 2025, frente a igual mês de 2024, o volume de vendas do comércio varejista cresceu 3,1%, com altas em sete das oito atividades pesquisadas: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (6,2%), Outros artigos de uso pessoal e doméstico (4,5%), Móveis e eletrodomésticos (4,4%), Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (2,8%), Tecidos, Vestuário e Calçados (2,6%), Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (1,9%) e Combustíveis e lubrificantes (1,1%).

A única variação negativa nesta comparação foi em Livros, jornais, revistas e papelaria (-0,2%).

Na Paraíba, os segmentos que mais cresceram no período incluem equipamentos e materiais para escritório; informática e comunicação; combustíveis e lubrificantes; outros artigos de uso pessoal e doméstico; livros, jornais, revistas e papelaria. No comércio ampliado, o destaque foi para o aumento das vendas de veículos.

Investimentos impulsionam economia

Para contribuir com o avanço do setor, o governador João Azevêdo lançou o programa "Paraíba 2025-2026", que prevê investimentos de R\$ 11,5 bilhões em obras e ações em todas as regiões do estado. Do total, R\$ 9,39 bilhões serão provenientes de recursos próprios. Atualmente, há 640 obras em andamento, e o novo pacote de investimentos promete gerar mais empregos e renda, fatores essenciais para sustentar o crescimento do varejo em um cenário econômico desafiador.

Condensador Remoto Em “V” Autofrio



MOTOR AC OU EC (ELETRÔNICO)
AJUSTE AUTOMÁTICO DA VELOCIDADE, PELA
DEMANDA DE CONDENSAÇÃO

SERPENTINAS COM PROTEÇÃO ESPECIAL
3.000 HORAS DE RESISTÊNCIA EM TESTES SWAAT;
15.000 HORAS DE RESISTÊNCIA EM TESTES DE NÉVOA SALINA (SALT SPRAY)

PRONTA ENTREGA

05 ANOS DE GARANTIA CONTRA VAZAMENTO NA SERPENTINA

CONJUNTO
RACK + CONDENSADOR
AUTOFRIO



MAIS DE 30 ANOS na liderança do mercado regional no fornecimento e instalação de : câmaras frigoríficas, túneis de resfriamento e congelamento, sistemas como compressores em paralelo (RACK) para supermercados e indústrias, com equipamentos e sistemas de última geração.

(85) 99636-4686 – WhatsApp Comercial

www.autofrio.com.br

Instagram: @autofrio_refrigeração

NOMOFOBIA: ESPECIALISTA EXPLICA COMO O MEDO IRRACIONAL DE NÃO TER O CELULAR POR PERTO PODE AFETAR A VIDA PROFISSIONAL



Condição compromete foco e eficiência no ambiente de trabalho, afirma a psicóloga Márcia Peixoto

A geração atual é marcada pela conexão digital. Com o avanço da tecnologia e a existência de smartphones cada vez mais desenvolvidos, ter o celular por perto se tornou uma necessidade básica ao ser humano. Seja para a manutenção da vida social, ou até mesmo para o trabalho, estar conectado é essencial para uma boa comunicação.

O uso intenso dos celulares, porém, pode se tornar um vilão na vida pessoal e corporativa. A nomofobia, condição que se caracteriza como o medo irracional de não ter o celular por perto, tem se tornado uma grande preocupação no ambiente de trabalho, o que resulta em diversas consequências negativas, como o comprometimento de foco e eficiência.

Márcia Peixoto, psicóloga especialista em RH e diretora da Roots Talent, explica que o perfil de uma pessoa nomofóbica envolve características de introversão, apatia, e dificuldade de manter uma comunicação satisfatória com pessoas reais. Pessoas que sofrem de nomofobia tendem a usar o celular de maneira compulsiva, como uma forma de escapar do ambiente real.

Para Márcia, o crescimento exponencial de pessoas dependentes do aparelho celular se dá pelo avanço de suas funcionalidades. Hoje é possível encontrar tudo dentro do aparelho, desde documentos importantes até aplicativos de entretenimento, ou um simples despertador. “Pela facilidade de ter tudo no celular, as pessoas ficam perdidas quando não tem acesso a ele, pois lá encontram tudo o que é necessário para o seu dia”, afirma.

O medo de ficar longe do celular traz diversas consequências psicológicas. Segundo a especialista, pessoas nomofóbicas tendem a desenvolver sintomas de ansiedade, causadas pela sensação de ausência de informações, e podem chegar a um quadro de depressão, resultado da introversão excessiva.

No ambiente de trabalho, os problemas causados pela necessidade de estar sempre checando o celular são visíveis, e Márcia destaca alguns deles: “Baixa produtividade, falta de atenção nas atividades, falta de entregas nos prazos são características comuns. Também tenho percebido falta de criatividade, diminuição na capacidade de fazer análises críticas, além da pobreza de vocabulário e escrita.”, diz.

Apesar do cenário assustador, a especialista compartilha algumas dicas do

que pode ser feito no ambiente corporativo para evitar que colaboradores desenvolvam quadro de nomofobia:

- Limitar o uso de celular e tela durante momentos de reunião ou outros momentos pontuais durante o expediente;
- Incentivar momentos de socialização e interação com grupo de pessoas, para evitar introversão e cenários de isolamento;
- Desenvolver atividades de lazer que levem as pessoas a se desligarem das telas, como jogos e brincadeiras em grupo, por exemplo.

Relativamente recente, a nomofobia pode causar problemas devastadores na vida de milhares de trabalhadores das áreas mais diversas. Em um mundo tecnológico e cada vez mais individualista, a solução para o problema se aproxima do básico: conexão com pessoas reais por meio da interação social, visando a saúde mental e o bem-estar dos colaboradores.

Sobre a Roots Talent – Especializada em gestão de pessoas, a Roots Talent tem o propósito de conectar pessoas às organizações por meio de serviços de consultoria, treinamentos organizacionais, diagnóstico de perfis e outros, de forma que se sintam pertencentes. Sob direção de Márcia Peixoto, psicóloga especialista em RH com mais de 30 anos de atuação na área de Gestão de Pessoas, a Roots Talent atende organizações de diversos segmentos no Brasil. Para saber mais sobre a empresa, o Instagram é **@rootstalent** e o e-mail é **contato@rootstalent.com.br**. O telefone para contato é: **(83) 9 9954-0637**.

EM JOÃO PESSOA, O BOTICÁRIO REINAUGURA LOJA COM NOVO LAYOUT E EXPERIÊNCIA DE COMPRA



Loja reformulada no térreo do Manaíra Shopping, oferece mais interatividade e todo portfólio da marca

O Boticário, a marca de beleza mais amada pelos brasileiros*, acaba de reinaugurar uma das lojas no Manaíra Shopping, em João Pessoa (PB), com um novo formato de design e experiência de compra mais personalizada aos clientes. A unidade, localizada no térreo, foi reformulada para oferecer um espaço mais interativo, permitindo a experimentação de todo o portfólio da marca e proporcionando mais conforto e praticidade aos clientes.

A loja foi pensada para envolver os sentidos, despertar emoções e resgatar memórias olfativas. "O público encontrará um ambiente que transforma a experiência de compra, com exposições cuidadosas e detalhes pensados para tornar a visita ainda mais especial. Estamos muito felizes de oferecer mais uma loja neste padrão para os clientes de João Pessoa",

celebra Sabrina Gonzalez, gerente de operações do Boticário João Pessoa.

Novidades - Os clientes poderão conferir lançamentos exclusivos, como a linha Cuide-se Bem Doçura na Pesse-gura, desenvolvida para cuidados depilatórios. Com sete produtos de fórmulas veganas, cruelty-free e dermatologicamente testadas, a linha garante pele hidratada, lisinha e perfumada em todas as etapas da depilação.

Outra novidade é o Floratta Red Passion, uma versão mais intensa da linha Red, uma das mais queridas da marca. A fragrância tem fixação de até 12 horas* e combina notas envolventes para criar um perfume marcante e apaixonante.

Sustentabilidade - A loja do Boticário no Manaíra Shopping também reforça o compromisso da marca com a sustentabilidade. O espaço conta com o Programa de Reciclagem de Embalagens, iniciativa que incentiva os clientes a darem um destino correto às embalagens vazias, gerando impacto positivo para o meio ambiente e renda para cooperativas parceiras.

A unidade fica no térreo do Manaíra Shopping, na Rua Manoel Arruda Cavalcante, 805, no bairro de Manaíra, em João Pessoa. O funcionamento da loja é de segunda a sábado, das 10h às 22h, e aos domingos, das 11h30 às 22h. Para acompanhar todas as novidades e promoções, siga o @oboticario e @boticario__joaopessoa no Instagram.

Revista

Nosso[®]

S E T O R

Rio Grande do Norte

NRF 2025: REINVENÇÃO DAS LOJAS FÍSICAS FORTALECE FUTURO DOS SHOPPING CENTERS NO VAREJO

Personalização e experiências imersivas atraem clientela para compra presencial; pesquisa aponta que 57% dos consumidores ainda preferem ver produtos pessoalmente

CUSTO DA CESTA BÁSICA EM NATAL TEM ALTA DE 2,28% EM FEVEREIRO

CESTAS MAIS CARAS FORAM REGISTRADAS EM SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E FLORIANÓPOLIS

 **EMOÇÕES**
ARROZ

EDITORIAL



Nesta edição, abordamos temas que refletem o movimento do varejo do Rio Grande do Norte, desde a reinvenção das lojas físicas até os desafios econômicos enfrentados pelo setor.

Na NRF 2025, uma das maiores feiras do varejo mundial, a ressignificação dos shopping centers e das lojas físicas foi um dos grandes destaques. A busca por personalização e experiências imersivas tem atraído consumidores de volta aos pontos de venda, reforçando a importância do contato direto com os produtos. Segundo pesquisas, 57% dos clientes ainda preferem comprar presencialmente, o que demonstra que, mesmo com o avanço do

digital, o varejo físico segue sendo essencial para o setor.

Enquanto isso, os desafios econômicos continuam impactando o dia a dia do consumidor. O custo da cesta básica em Natal registrou um aumento de 2,28% em fevereiro, evidenciando a pressão inflacionária sobre os alimentos. Apesar disso, o estado ainda apresenta um custo menor quando comparado a cidades como São Paulo, Rio de Janeiro e Florianópolis, onde os preços são ainda mais elevados.

Já no âmbito das parcerias estratégicas, o evento ABRAS em Ação, realizado no Rio Grande do Norte, reforçou a importância da colaboração entre a indústria e o varejo. A iniciativa fomenta o diálogo e impulsiona a inovação no setor, fortalecendo a relação entre os players do mercado e trazendo benefícios diretos para consumidores e empresários.

Seja por meio da tecnologia, da experiência presencial ou da gestão eficiente dos custos, o setor segue evoluindo para garantir um futuro promissor.

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



CESTO DE FRUTA ABASTECIMENTO AUTOMÁTICO AUTOATENDIMENTO



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

NRF 2025: REINVENÇÃO DAS LOJAS FÍSICAS FORTALECE FUTURO DOS SHOPPING CENTERS NO VAREJO



Personalização e experiências imersivas atraem clientela para compra presencial; pesquisa aponta que 57% dos consumidores ainda preferem ver produtos pessoalmente

Com a evolução do comportamento do consumidor, as lojas físicas estão passando por um momento de reinvenção e se consolidam como peças-chave no futuro do varejo. Mais do que meros pontos de venda que

se restringem a expor e vender produtos, elas se transformam em espaços de experiências imersivas, oferecendo soluções personalizadas, conexões significativas e um atendimento diferenciado. Além disso, fortalecem a identidade das marcas e

impulsionam a lealdade dos clientes.

O *insight* vem da NRF Retail's Big Show 2025, a maior feira de varejo do mundo, realizada em janeiro em Nova York. Especialistas destacaram que, ao explorar seu maior diferencial – aquilo que não pode ser replicado no ambiente digital – os espaços físicos seguem essenciais para o setor, tanto nas ruas quanto nos shopping centers.

Mariana Carvalho, sócia e conselheira da Ancar Ivanhoe, uma das maiores plataformas de shopping center de capital privado no Brasil, enfatiza que “o futuro do varejo físico está nesta adaptação constante às novas demandas dos consumidores”.

Experiência sensorial e conexão emocional

Entre os temas abordados no NRF 2025, Mariana destaca o conceito de “loja como experiência”, onde os clientes podem testar produtos, vivenciar a essência da marca de forma interativa e contar com consultoria especializada. “O grande desafio dos lojistas – que é também uma oportunidade de se diferenciar dos concorrentes – é agir para garantir que seus espaços se tornem destinos atraídos e relevantes no varejo moderno, e não apenas o local onde o cliente adquire um produto”, explica.

A pesquisa EY Future Consumer reforça essa tendência ao mostrar que 57% dos consumidores ainda preferem ver e tocar os produtos antes da compra – percentual que sobe para 68% no caso de itens de alto valor agregado. Setores como luxo, esportes e beleza lideram esse movimento. Um exemplo local dessa iniciativa

é a loja American News, de perfumaria e cosméticos importados, que inaugurou recentemente uma loja no Natal Shopping com a chancela da Chanel para que clientes testem os itens, sintam aromas e tenham uma experiência interativa antes da compra.

Diana Petta, gerente de marketing do Natal Shopping que também esteve presente na NRF 2025, contribui: “Quando a gente vê que no ambiente online o destaque é o tempo, priorizamos que no varejo físico seja a emoção, a experiência que conseguimos proporcionar para os nossos clientes. E isso começa pelo básico do bom atendimento, dispor de uma loja bem organizada, mas queremos elevar isso para que as lojas e o shopping como um todo sejam um lugar de construção de memórias inesquecíveis”.







- 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!

CUSTO DA CESTA BÁSICA EM NATAL TEM ALTA DE 2,28% EM FEVEREIRO

Cestas mais caras foram registradas em São Paulo, Rio de Janeiro e Florianópolis



O preço da cesta básica em Natal registrou aumento de 2,28% no mês de fevereiro, conforme a Pesquisa Nacional da Cesta Básica de Alimentos, divulgada pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese). A capital potiguar acompanhou a tendência de alta observada em 14 das 17 capitais analisadas no estudo.

Entre as cidades nordestinas, Natal teve a terceira maior variação no custo da cesta, ficando atrás de Recife (4,44%) e João Pessoa (2,55%). O aumento foi impulsionado principalmente pelo encarecimento do café, que subiu em todas as capitais pesquisadas, além do tomate e do quilo da carne bovina de primeira.

Apesar do reajuste em Natal, as cestas mais caras do país foram registradas em São Paulo (R\$ 860,53), Rio de Janeiro (R\$ 814,90) e Florianópolis (R\$ 807,71). Já no Nordeste, os menores valores foram encontrados em Aracaju (R\$ 580,45), Recife (R\$ 625,33) e Salvador (R\$ 628,80), reforçando a diferença regional no custo dos alimentos.

Impacto no poder de compra

De acordo com o Dieese, o salário-mínimo ideal para cobrir despesas essenciais, incluindo alimentação, moradia, saúde e transporte, deveria ter sido de R\$ 7.229,32 em fevereiro, o equivalente a 4,76 vezes o mínimo vigente de R\$ 1.518,00. O cálculo tem como base a cesta mais cara do país, registrada em São Paulo.

Fonte: Agência Brasil



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

ABRAS EM AÇÃO: EVENTO NO RIO GRANDE DO NORTE DESTACA PARCERIA ENTRE INDÚSTRIA E VAREJO

A Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), em parceria com a Associação de Supermercados do Rio Grande do Norte (ASSURN), promoveu em janeiro o ABRAS em Ação nas Estaduais – Rio Grande do Norte, realizado no Holiday Inn, em Natal.

Com o tema “Colaboração entre varejo e indústria”, o evento trouxe palestras e novidades voltadas ao crescimento do setor supermercadista, reunindo grandes empresários da região. Além de promover troca de conhecimento e experiências, o encontro se consolidou como uma oportunidade estratégica de networking.

A abertura contou com a participação do vice-presidente de Relações Institucionais e Administrativo da ABRAS, Marcio Milan, e do presidente da ASSURN, Gilvan Mikelyson, que destacaram a importância da colaboração entre os elos da cadeia de abastecimento para fortalecer o setor.

O presidente da ASSURN, Gilvan Mikelyson, destacou a importância da parceria. “Estou muito feliz em encon-

trar um evento compartilhado entre a ABRAS e a ASSURN, com uma estrutura belíssima, e que tem sido referência do ABRAS em Ação. Nós fomos os pioneiros e, a partir disso, a ABRAS entendeu que o evento realmente seria um sucesso em qualquer estado que se estabelecesse e se apresentasse.”, pontuou.

Ele ainda fez um especial agradecimento ao presidente da ABRAS, João Galassi. “O nosso presidente tem sido uma figura ímpar na luta. Primeiro, na implantação da cesta básica e na isenção dos impostos. E, segundo agora, com a inclusão da carne nessa cesta, que foi uma luta vencida. Essa grande batalha vencida principalmente pela ABRAS, que com os seus estudos, tem mostrado um respeito e um respaldo muito grande em suas opiniões e tem sido instrumento de consulta de todos os ministérios e todas as reuniões, realizadas em Brasília. Atualmente a ABRAS é consultada, pela credibilidade das suas informações e dos seus estudos.”

Fonte: ASSURN

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