REVISTA da Associação Gaúcha de Supermercados

AGAS

Número 323 – Ano 35 – Janeiro/Fevereiro 2016

MDPB
9912341575 - DR/RS
AGAS
///CORREIOS///

FECHAMENTO AUTORIZADO – PODE SER ABERTO PELA ECT

CARRINHO AGAS 2015

Confira os melhores fornecedores do ano

BOAS PRÁTICAS

O *cross merchandising* e sua aplicação no dia a dia das lojas

NEGÓCIOS

Cartões se consolidam como meio de pagamento

EM 2016, GARANT
DESTA HISTÓRIA

PATROCÍNIO MÁSTER

Participação em toda a programação e na Feira de Negócios.

Patrocínio confirmado:

Nestlé Faz Bem

PATROCÍNIO GLOBAL

Participação na programação focada em gestão de varejo e na Feira de Negócios.

Patrocínio confirmado:

Vale Fértil

2 COTAS DISPONÍVEIS

AGAS MULHER

Encontro especial que reune 550 lideranças femininas na tarde do segundo dia da Feira.

Patrocínios confirmados:

Superpan

1 COTA DISPONÍVEL

AGAS JOVEM

Palestra que reúne 600 jovens empresários na tarde do primeiro dia da Feira.

Patrocínios confirmados:

Dália Alimentos

Tempero Delícia do Nordeste

2 COTAS DISPONÍVEIS

CREDENCIAIS

Credenciais do evento distribuídas a todos os participantes da Feira.

Patrocínio confirmado:

Dália Alimentos

PROMOÇÃO AGAS

Divulgação em todo material relacionado ao sorteio feito entre todos os compradores da Feira.

Patrocínio confirmado:

Neugebauer

2 COTAS DISPONÍVEIS

DE 23 A 25 DE AGOSTO NO CENTRO DE EVENTOS DA FIERGS EM PORTO ALEGRE

Informe-se sobre os últimos espaços e estandes da feira!

A SUA PARTICIPAÇÃO E FAÇA PARTE
A DE TRADIÇÃO EM BONS NEGÓCIOS!

COPATROCÍNIO

Participação na Feira de Negócios.

Patrocínios confirmados:

PIÁ · BestBeef · FRUKI Cola · SILVESTRIN

2 COTAS DISPONÍVEIS

PALESTRAS MAGNAS

Palestras motivacionais no Teatro do Sesi no turno da manhã, com público médio de 1.700 pessoas por dia.

Patrocínios confirmados:

ROSEFLOR · Minu

2 COTAS DISPONÍVEIS

CAT - CENTRO DE APERFEIÇOAMENTO TÉCNICO

Seminários focados em Gestão de Varejo, realizados no 2º andar à tarde, para um público de 600 gestores por dia.

Patrocínios confirmados:

RAR · ZIN PÃO

2 COTAS DISPONÍVEIS

JANTAR VIP

Reune 500 convidados entre autoridades, supermercadistas e patrocinadores na noite do primeiro dia.

Patrocínios confirmados:

Nestlé Faz Bem · Santa Clara

2 COTAS DISPONÍVEIS

UNIFORMES

Logo aplicado nos uniformes utilizados por toda a equipe de apoio do evento.

1 COTA DISPONÍVEL

PASSEIOS ESTADUAIS

Encontro com os Presidentes das Associações Estaduais Supermercadistas.

4 COTAS DISPONÍVEIS

GARANTA SUA PARTICIPAÇÃO
ENTRE EM CONTATO COM O COMERCIAL:
comercial@agas.com.br | (51) 2118.5200

AGAS
ASSOCIAÇÃO GAÚCHA DE SUPERMERCADOS

editorial

Cassius Souza/Agas

Antônio Cesa Longo
Presidente da Agas

Momento de união e trabalho

O ano que ora iniciamos demandará esforços e muito trabalho de todos os setores. Otimistas que somos, temos a convicção de que, com a agilidade que caracteriza o ramo supermercadista, superaremos a delicada conjuntura político-econômica e seguiremos crescendo acima da economia em 2016. Alguns dos grandes entraves para a indústria são a informalidade, a pirataria e a guerra fiscal, enquanto para o varejo é a falta de segurança, inibindo o pequeno comércio de ampliar o seu horário de atendimento, aumentando os custos em mão de obra e obrigando o setor a abrir mão de prestação de serviços aos clientes. O varejo está enraizado em sua comunidade, e por isso o comércio quer participar da construção de soluções para os problemas.

O momento é de união de forças, é hora de todos abrirmos mão de benefícios e direitos adquiridos. Vamos fechar as portas para o jeitinho brasileiro. A verdadeira democracia existe onde ninguém pode estar acima da lei. O foro privilegiado criado incentivou esta ilha da fantasia, colocando-nos nesta crise moral e de ética sem precedentes. Acreditamos que já iniciamos a mudança neste país, assim como acreditamos nos bons políticos, no Ministério Público e nas instituições brasileiras. A imunidade foi por longas décadas confundida com impunidade, mas a lei vale para todos e deve ser cumprida por todos. Ninguém está acima da lei. O tempo passa, mas os valores não mudam. As tempestades podem derrubar flores, mas não matarão as sementes que estamos plantando. Pois quanto mais você trabalhar, mais sorte terá.

Durante a grande noite do Carrinho Agas, no final do ano passado, quisemos incentivar, a partir dos bons exemplos, a formação de jovens lideranças empresariais, assim como almejamos novo fôlego na política. A falta de bons exemplos está na raiz do problema brasileiro, e esperamos que o trabalho modelar dos 36 agraciados seja refletido em todos nós, em um 2016 que será pleno de desafios e de trabalho para todos, mas certamente com resultados redentores para toda a cadeia.

Continuem prestigiando e participando ativamente de nossas atividades da Agas, que em 2015 congregaram mais de 75 mil pessoas em cursos, feiras, encontros, palestras e seminários. Contem conosco para ouvir e, na medida do possível, buscar o atendimento das reivindicações e pleitos do nosso setor. Um excelente 2016, saúde e boas vendas!

REVISTA AGAS
Publicação oficial da Associação Gaúcha de Supermercados

Conselho Editorial: Antônio Cesa Longo, Francisco Schmidt, Flávia Ferreira, Angelita Garcia, Edina Fassini, Francisco Brust, Samantha Guerra e Tiovana Bencke
Comercialização: Samantha Guerra e Tiovana Bencke
Fone: (51) 2118-5200/comercial@agas.com.br

Produção e Execução:
temática publicações
Fone: (51) 3346-1194
www.tematica-rs.com.br
revistaagas@tematica-rs.com.br
Edição: Fernanda Reche (MTb 9474)

Chefe de Reportagem: Diego Paiva de Castro
Reportagem: Bianca Alighieri, Cláudia Boff, Diego Paiva de Castro e Marina Schmidt
Colaboração: Ludmila Cafarate e Nathália Cardoso
Revisão: Flávio Dotti Cesa
Edição de Arte: Eduardo Mello
Foto de Capa: ©iStock.com/NuStock

É permitida a reprodução de matérias, desde que citada a fonte. Os artigos assinados não refletem, necessariamente, a opinião do veículo.

expediente

sumário

28

NEGÓCIOS

Cresce o uso de cartões

Vendas via cartão de crédito e débito dobraram nos últimos anos, representando grande movimentação financeira nos supermercados

38

CARRINHO AGAS 2015

Coroação a quem fez a diferença

Confira os melhores fornecedores do ano e as personalidades homenageadas pela Agas

24

BOAS PRÁTICAS

Cross Merchandising

O cruzamento de produtos nas gôndolas pode fazer diferença nos resultados de sua loja. Saiba mais sobre a prática

06 viva voz
10 à vista
14 informe jurídico
16 campanha lâmpadas
18 rapidinhas
20 produto
cereais
50 guia de fornecedores
54 perfil do varejo
Super Davi
56 destaques
60 anote aí
62 capacitação
66 perfil do varejo
Supper Rissul
68 gestão
70 perfil estrangeiro
Whole Foods
74 legislação
76 microfone

Divulgação/Agência Senado

viva VOZ

Pedro Simon

O ex-governador e ex-senador gaúcho Pedro Simon recebeu da Agas o título de Homem Público Destaque do Ano, na festa do Carrinho 2015. Reconhecido pelo poder de sua oratória e sua atuação no processo de *impeachment* do presidente Fernando Collor, em 1992, ele hoje percorre o país em palestras para as quais é convidado a exercer a sua verve. Nas suas palavras, um novo Brasil deve nascer dos escândalos de corrupção presentes na mídia, e são os jovens os responsáveis por provocar essa mudança. Nesta entrevista, ele analisa de forma esperançosa o complicado momento político do país e também do Rio Grande do Sul, um Estado de cofres vazios.

REVISTA AGAS No Carrinho Agas, o senhor relatou que percorre o país falando com a mocidade e percebe uma mudança que chega. Do Mensalão à Lava-Jato, vimos pela primeira vez a prisão de senadores, ministros e empreiteiros por corrupção. Se essa prática criminosa sempre existiu, o que mudou para que agora o desfecho dos casos passe a ser diferente?

PS Passamos por uma crise? Sim, dessas que o país enfrenta de período em período. Qual a diferença para o passado? Veja que a corrupção faz parte de nossa vida, desde a carta de Pero Vaz de Caminha ao rei de Portugal pedindo emprego para seu sobrinho. Aqui tivemos as capitanias hereditárias, os produtores de café, cana e gado, setores

Nova maneira de governar

> Investigações são feitas com seriedade e celeridade, e pela primeira vez quem tem dinheiro está indo para a cadeia no Brasil. A gente se belisca para ver se tudo isso está mesmo acontecendo

a cargo de chefões. Eles é que mandavam e decidiam tudo. No Nordeste, até pouco tempo atrás cada estado tinha o seu coronel. Faltou ao Brasil uma história de justiça, uma história de democracia realmente representativa. Aqui o pobre é quem ia para a cadeia, sem nem passar pelo juízo. Quem tinha dinheiro, título, coroa, posição, não conhecia cadeia, nunca conheceu. Hoje está sendo diferente, o Brasil mudou, muito por causa das redes sociais. A gurizada não é mais dependente das emissoras de televisão e jornais. Há debates acontecendo sobre as questões que a grande mídia não publica. Essa mudança, que começou com a repercussão do Mensalão e prossegue com a Lava-Jato, mostra o surgimento de um novo país. O chefe da Casa Civil, José Dirceu, foi para a cadeia, entre tantas outras autoridades. O juiz Sérgio Moro está tendo uma atuação espetacular. Os condenados não eram presos porque a protelação do processo ia até a sua prescrição, antes da análise em última instância. Agora, as investigações são feitas com imparcialidade e celeridade. O governo distribuiu cargos para pessoas sem passado e sem conhecimento, e não as fiscalizava. A política de composição, de troca-troca, formou um propinoduto, em conluio com as empreiteiras. O presidente da maior empresa do Brasil está preso e não vai sair, e numa cadeia comum. E o Ministro da Justiça está fazendo com que a Polícia Federal atue com seriedade, sem perseguições. A gente se belisca para ver se realmente isso tudo está acontecendo, e está.

REVISTA AGAS Qual a sua posição sobre a crise política atual, com processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff?

PS Eu fui coordenador do processo de *impeachment* do Collor e lá tudo foi organizado com perfeição. Ele era não apenas corrupto, mas incompetente, não entendia de coisa nenhuma. O Itamar Franco exerceu um governo fantástico depois. Um homem simples, sem partido, difícil de lidar, mas quando assumiu fez o certo: nomeou as pessoas, não tinha amigo ou parente. Fui líder do governo dele, quando se implementou o Plano Real, aprovado sem se dar um emprego ou um favor. Foi um exemplo. A partir do Fernando Henrique Cardoso, em nome da governabilidade, começou o troca-troca de favores e cargos. Desde então só aumenta o número de ministérios e de partidos. O presidente da Câmara dos Deputados, por sua vez, enfrenta processo de cassação de mandato e a Polícia Federal investiga seus escritórios. É importante deixar a Justiça julgar os casos e que haja a possibilidade de um certo entendimento entre os partidos, para que vá adiante o que deve caminhar. A Dilma ficou isolada, porque não agiu antes, desvinculando-se do PT e formando um governo de coalizão, como o Itamar. O *impeachment* não é golpe, é uma medida constitucional,

> “Neste primeiro ano, o governador não fez nada para ganhar prestígio, para aparecer. Claro que o imposto é uma medida ruim, só que ele chegou num momento em que não havia outra saída.”

embora eu considere melhor deixar na mão do Supremo Tribunal Federal a decisão de ver se houve crime de responsabilidade nas pedaladas fiscais. Sou de uma outra teoria, deixando a apuração na Petrobras prosseguir porque a responsabilidade dela vai aparecer. Com relação ao Lula, as evidências estão aí, suas ligações com os maiores empreiteiros. É uma ótima oportunidade de fazermos a limpeza dos que estão comprometidos para que nasça uma nova maneira de governar. Mas o que normalmente acontece, depois da deposição de um presidente sob denúncias, é que entra outro, bota uma pedra em cima e fica tudo no mesmo. Tenho medo desse arranjo, porque está todo mundo misturado, todos têm gente envolvida, ninguém pode atirar a primeira pedra. Apoio a ida dos jovens para a rua, para debater política, para que o Brasil não seja mais o país da impunidade.

REVISTA AGAS O aumento da alíquota de ICMS foi duramente criticado pela Agas. Essa era mesmo a melhor medida para resolver a crise no caixa do Estado?

PS Eu conheço o Sartori, ele foi por oito anos um excepcional prefeito de Caxias do Sul. O crescimento da cidade foi impressionante, com as suas realizações. Sabíamos que as coisas estavam mal no Estado, mas ninguém tinha a noção de que estavam tão mal assim. Neste primeiro ano, o governador não fez nada para ganhar prestígio, para aparecer, não teve propaganda, nem mesmo *vendetta* cobrando do governo anterior. Claro que aumento de imposto é uma medida ruim, só que não havia outra saída. O RS gasta mais com os aposentados do que com seus funcionários na ativa, 55% da folha! Sartori inicia um processo para salvar o Estado. Ele já diminuiu à metade as funções gratificadas e dialoga de forma respeitosa com os partidos. A hora é dura. Não achei que chegássemos a uma situação tão catastrófica, mas o governador faz a parte dele.

REVISTA AGAS A União deve algo ao Rio Grande?

PS Precisamos fazer uma grande reunião para acertarmos as contas com o governo federal. Estamos sendo maltratados há bastante tempo, desde que proibiram a construção de fábricas na fronteira com a Argentina, onde tínhamos as cidades mais prósperas. Até mesmo a bitola do trem lá é diferente porque se achava que a guerra com a Argentina era inevitável. Houve uma diáspora de gaúchos no Brasil inteiro, eles saíram daqui levando progresso para outras regiões. A agricultura brasileira deve muito aos gaúchos, mas as regiões que eles deixaram aqui ficaram paradas no tempo. O Brasil dá subsídios para a Zona Franca de Manaus, ao Nordeste, mas para nós não há jeito de o Congresso aprová-los. A Lei Kandir acabou com o imposto para exportações, e o Rio Grande ganhava US$ 1 bilhão com isso. O governo federal prometeu bancar as perdas, mas não bancou. Fizemos estradas para o presidente José Sarney e nada recebemos em troca. Compramos terra para Reforma Agrária, o Planalto as distribuiu, mas não nos recompensou. Toda a estrutura do polo petroquímico de Triunfo foi feita pelo Estado, e quando ele foi privatizado nada veio como contrapartida. A Aços Finos Piratini foi de graça. Se a dívida do Estado com a União fosse com um banco, o banqueiro já estava na cadeia, como agiota e ladrão. Quitamos nossa dívida há muito tempo, mas continuamos pagando e devendo mais. Isso não pode acontecer.

À esquerda, Lauro Carlos Fröhlich recebendo troféu de Pedro J. Schneider - Diretor AGAS.

Hoje é dia de distribuir nosso agradecimento.

Mais uma vez, compartilhamos com você o Prêmio de Distribuidor do Ano.

"Ao completar 60 anos de história, a Fröhlich, juntamente com as suas marcas Fritz & Frida , Frily e Frilar reafirma: a confiança é o nosso bem mais precioso".

Lauro Carlos Fröhlich
Diretor-Presidente Fröhlich S/A

60 anos Fröhlich 2015

Precioso é cultivar relações.

Grupo Zaffari recebe homenagem

Em homenagem aos 80 anos da sua fundação, o Grupo Zaffari recebeu em sessão solene no Plenário Otávio Rocha do Palácio Aloísio Filho uma homenagem por parte da Câmara Municipal de Porto Alegre. A solenidade foi realizada no dia 10 de novembro e foi proposta pelo vereador Paulo Brum, que ressaltou as importância do grupo para o progresso da capital e do Estado como um todo. A cerimônia contou com a presença do presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, e gestores administrativos do Grupo Zaffari, além de vereadores e personalidades de Porto Alegre.

Antônio Cesa Longo torna-se Cidadão Emérito de Porto Alegre

O presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, recebeu no dia 24 de novembro o título de Cidadão Emérito de Porto Alegre. A proposta foi feita pelo presidente da Câmara Municipal de Porto Alegre, Mauro Pinheiro, e a solenidade aconteceu no plenário Otávio Rocha. De acordo com o vereador, os principais pilares da gestão de Longo estão pautados na igualdade de condições de competitividade para empresas de todos os portes, na diminuição da informalidade e na simplificação da legislação tributária, no fortalecimento do setor supermercadista e da economia gaúcha. Longo ressaltou a importância da capital gaúcha no Estado, com o seu grande centro comercial que recebe de braços abertos pessoas de todos os cantos do mundo, dando oportunidades a elas.

CMPA/Leonardo Contursi

Divulgação/Comercial Zaffari

Novo Stok Center em Passo Fundo

Foi inaugurada, no dia 19 de novembro, nova unidade da Stok Center em Passo Fundo. O empreendimento é considerado o maior centro de compras de varejo no interior do Estado e faz parte da rede Comercial Zaffari de Supermercados. O novo Stok Center Petrópolis possui estacionamento com mais de 700 vagas e segue as tendências mais atuais do segmento, como sistema de atendimento de baixa intervenção e compra *self-service*. Além disso, só é aceito pagamento em dinheiro ou com cartão de crédito próprio, o que garante mercadorias com valores competitivos, alta rotatividade de produtos e preços mais convidativos. A nova unidade fecha o número de 18 supermercados do grupo, seis da bandeira Stok Center, 12 do Comercial Zaffari e mais o Bella Città Shopping, também em Passo Fundo.

Supermercado Righi dá sorte

Os Supermercados Righi de Santana do Livramento foram o passaporte para a família Gonçalves na Promoção Vida em Família da Nestlé. Com a compra de algumas latas de Nescau, a família foi sorteada para participar das provas no programa Caldeirão do Huck. Lá, os Gonçalves participaram da competição e conquistaram o prêmio. Luciano Huck foi até a fronteira do Estado para conhecer a propriedade da família, que mora em um assentamento rural a 34 km do centro da cidade. Os Gonçalves pretendem usar o R$ 1 milhão, valor do prêmio, para comprar novo maquinário para o trabalho na agricultura.

Reportagem ganha prêmio nacional

A reportagem *A reinvenção dos supermercados*, veiculada na Revista Agas 319, rendeu à jornalista Marina Schmidt, da Temática Publicações, a vitória na categoria Imprensa/Revista Impressa do 18º Prêmio Automação, concedido pela Associação Brasileira de Automação – GS1 Brasil a empreendedores, empresas, entidades e imprensa que contribuíram de alguma forma para o setor. A distinção foi entregue no dia 11 de novembro, no espaço Tom Brasil, em São Paulo. Participaram jornalistas de todo o país com trabalhos veiculados de 1º/10/2014 a 30/09/2015. Ao todo, foram entregues 14 troféus em diferentes categorias. Nesta edição, o concurso teve como tema *Prêmio Automação – Totamente renovado para reconhecer empresas que não param de inovar*. Após a premiação, foram oferecido jantar e o *show* da banda Skank.

Rede Unisuper a todo vapor no final de ano

A Rede Unisuper encerrou 2015 com chave de ouro – em outubro foram inauguradas três novas unidades na região metropolitana, uma em Cachoeirinha e outras duas em Canoas. A loja no bairro Rio Branco, de Canoas, trabalha com um conceito diferenciado, com gôndolas mais baixas, 680 m² de área de venda e cinco *check-outs*, melhorando a visibilidade. A outra unidade de Canoas foi licenciada à rede e está localizada no bairro Olaria. A loja de Cachoeirinha foi reformulada, com nova área de vendas em 350 m² e aumento de 60% no *mix* de produtos. O crescimento da rede continuou em novembro, com a inauguração da loja Unisuper em Eldorado do Sul, agora padronizada, e com um novo conceito de loja no bairro Moinhos de Vento, em Canoas. O novo empreendimento conta com 140 vagas de estacionamento e sete *check-outs*, além de gôndolas, ilhas e balcões completamente fechados, conservando por mais tempo os produtos.

Divulgação/Unisuper

Dicas para uma colheita de doces resultados

Passadas as vendas de Natal, já é o momento de programar os pedidos para a Páscoa, segunda melhor data no ano para movimentar as gôndolas! Em 2016 a Páscoa acontece mais cedo, no dia 27 de março. Confira algumas dicas!

Lembre que não só de chocolates se faz uma Páscoa. Entre os itens mais procurados no período que antecede a data estão pescados e vinhos. Se possível, disponibilize um *sommelier* para orientar o consumidor sobre as combinações mais adequadas ou elabore um material com estas dicas. Entre os peixes, dê especial atenção ao bacalhau e ao salmão, e não esqueça dos diferentes tipos de azeite.

Seja proativo e estreite o diálogo com a indústria para oferecer promoções e campanhas, além de incluí-los no plano de ação. Faça com antecedência, o abastecimento é palavra-chave para a data.

Tenha cuidado ao selecionar o *mix*. Além dos tradicionais ovos de Páscoa, chocolates em barra, cestas prontas e caixas de bombons, abra um espaço para novidades. O consumidor gosta de inovações. Reposição e organização constante dos itens também são necessários, retirando produtos danificados e evitando desordem. Guarde estes para uma promoção especial após o período.

Conheça o seu público. Tenha o histórico do ano anterior em mãos. Se você não sabe a capacidade de giro de sua loja neste período, aproveite o momento para mensurar os resultados para o próximo ano. Você precisa conhecer o seu *shopper* para não sair no prejuízo: não pode deixar faltar produto, mas também não pode deixar sobrar muito.

Decoração é fundamental para atrair o consumidor. Explore ao máximo a ambientação da loja, organize as parreiras de forma envolvente, deixando preços e informações sempre visíveis. Sua equipe deve estar preparada para esclarecer dúvidas.

Não esqueça que Páscoa é renascimento, momento de solidariedade e de reunir família e amigos. Se possível, envolva a comunidade em ações de responsabilidade social. O domingo de Páscoa reserva espaço para um bom churrasco à moda gaúcha; logo, açougue e seção de bebidas devem estar preparados para a data.

Divulgação/Cotripal

Loja da Cotripal é inaugurada em Ijuí

A sexta loja da Cotripal e primeira da Cooperativa em Ijuí foi inaugurada no dia 6 de novembro. A ocasião reuniu diversas autoridades locais, representantes da imprensa, integrantes da Cooperativa, diretores e gerentes, fornecedores e clientes. Com uma área de mais de 2 mil m², o prédio do novo supermercado foi reformado e ganhou um *design* que facilita a identificação dos produtos e não carrega o ambiente. Mais de 15 mil itens compõem o mix de produtos oferecidos pelo súper, que estão distribuídos em seções como padaria, confeitaria, açougue, hortifrutigranjeiros e adega. A loja também conta com uma lanchonete, depósito de produtos e central de congelados com câmaras frias. O açougue oferece as carnes bovinas Angus Supreme, marca exclusiva da Cotripal, produzida pelo frigorífico da Cooperativa e com o selo da Associação Brasileira de Angus.

Segurança alimentar em foco

A campanha Segurança Alimentar RS, parceria entre o Centro de Apoio Operacional de Defesa do Consumidor e Ordem Econômica do Ministério Público do RS, Agas e Procon-RS, foi idealizada para orientar os consumidores a cuidar aspectos dos produtos como qualidade, validade e saudabilidade. Lançada em março, a campanha fechou 2015 com uma ação ostensiva por parte da Agas, que disponibilizou cartazes e fôlderes nos supermercados. Saiba mais em Facebook.com/segurancaalimentarrs. Você pode solicitar materiais gráficos para divulgação pelo e-mail patricia@agas.com.br.

Imec oferece carne de búfalo

A rede Imec Supermercados colocou a carne de búfalo nas gôndolas de algumas de suas unidades. A iguaria é uma opção proteica mais nutritiva, saudável e saborosa. Para o final de ano, 10 lojas disponibilizaram o produto, mas a previsão é de que em 2016 todas ofereçam a opção aos clientes. A inserção da carne de búfalo foi uma parceria do Imec com o Frigorífico Gassen e com a Cooperativa CooperBúfalos, para propiciar uma opção de alto padrão de qualidade, saudável e com preço atrativo. Estarão disponíveis cortes de dianteiro, costela, chuleta, carnes para churrasco e bifes, entre outros. A carne bubalina, se comparada à carne bovina, possui aproximadamente 40% menos colesterol, metade das calorias e 12 vezes menos gorduras e mais proteínas, minerais e vitaminas.

Rede Codebal promove grandes sorteios

A Rede Codebal Supermercados, de Eldorado do Sul, comemorou seu aniversário no fim do ano e presenteou os seus clientes. No dia 29 de dezembro, às 20 horas, foram sorteados 20 Super Prêmios, incluindo um carro HB20 0 km, uma moto Honda, aparelhos televisores, celulares e vale-compras.

Divulgação/Codebal

Mais de 300 empresas aderem ao De Olho na Validade

O programa De Olho na Validade, parceria entre a Agas e o Procon-RS, já conta com a adesão de mais de 300 supermercados gaúchos. As empresas participantes devem garantir uma unidade grátis e dentro da validade aos consumidores que encontrarem um produto vencido nas gôndolas. A ação visa a otimizar os serviços do setor supermercadista e criar uma consciência de fiscalização na população.

Edson Lopes Jr/A2 Fotografia/Fotos Públicas

Mais de R$ 10 milhões entre prêmios e repasses

O programa da Nota Fiscal Gaúcha (NFG) fechou o mês de outubro somando mais de R$ 10 milhões distribuídos entre as entidades sociais ou diretamente aos contribuintes sorteados nas extrações mensais. Deste total, R$ 6,4 milhões foram repassados levando em conta a pontuação gerada por indicação dos próprios consumidores para 1.457 instituições beneficiadas pelo programa que atuam nas áreas da saúde, assistência social e educação. Outros R$ 3,6 milhões representam prêmios em dinheiro para os contemplados ao longo dos dez sorteios realizados até então, mais pendências que ficaram de 2014. Com a participação de 1,156 milhão de pessoas, o NFG gera pontos que são acumulados sempre que o consumidor solicitar a inclusão do seu CPF no documento fiscal no momento de suas compras em estabelecimentos participantes.

Seguro-desemprego para quem está empregado é estelionato

A 3ª Turma do TRF da 1ª Região recebeu denúncia oferecida pelo Ministério Público Federal (MPF) contra um cidadão pela prática do crime de estelionato circunstanciado (art. 171, § 3º, do Código Penal). Ele é acusado de ter recebido indevidamente, entre os meses de julho e novembro de 2007, cinco parcelas do seguro -desemprego, totalizando R$ 2.518,00, pois não estava de fato desempregado. Em suas razões recursais, o MPF sustenta que o fato de o vínculo empregatício ter sido reconhecido pela Justiça do Trabalho somente posteriormente à percepção do seguro-desemprego em nada altera a situação fraudulenta do empregado. O Colegiado concordou com as alegações apresentadas pelo órgão ministerial. A decisão foi unânime.

STF suspende uso de IPCA em caso trabalhista

O Supremo Tribunal Federal (STF) suspendeu o uso do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo Especial (IPCA-E) como taxa de correção de ações trabalhistas, livrando empresas de pagarem até 35% a mais a ex-empregados. A liminar, concedida pelo ministro Dias Toffoli, paralisa os efeitos de uma decisão tomada em agosto de 2015 pelo Tribunal Superior do Trabalho (TST). Na ocasião, o tribunal afastou a Taxa Referencial Diária (TR), que está próxima de 1,5%, para aplicar o IPCA-E, hoje em 9,57% ao ano. Apesar de existir chance de a liminar cair ou de que a segunda turma do Supremo decida de forma diferente, há boa perspectiva de que a decisão do TST continue suspensa.

Renovação de termo com o MP/RS

Para dar continuidade à campanha *Sacola bem utilizada ajuda o meio ambiente*, fomentando a adoção de padrões sustentáveis de consumo (ex.: não geração, redução, reúso e reciclagem de embalagens), a Agas renovará em janeiro o Termo de Cooperação Técnica com o Ministério Público do RS, por meio do Centro de Apoio Operacional de Defesa do Consumidor e da Ordem Econômica. A proposta pretende contar com a participação de diversos outros segmentos da sociedade, como o Procon/RS.

Contribuição patronal não incide sobre auxílio-transporte

É ilegal a cobrança de contribuições previdenciárias patronais sobre o vale-transporte (VT) pago por empresas a seus funcionários. Foi esse o entendimento do Tribunal Regional Federal da 4ª Região ao confirmar sentença que acatou um pedido da concessionária DVA Veículos, de São José (SC), que questionava judicialmente a exigência da Receita Federal. A sentença é oriunda da 3ª Vara Federal de Florianópolis, que deu parcial provimento aos pedidos e determinou a suspensão das cobranças, bem como a devolução dos valores recebidos.

Conciliação não é obrigatória

O *Projeto Solução Direta — Consumidor*, que permite ao cidadão tentar solucionar seu litígio extrajudicialmente antes de ajuizar uma ação, é meramente uma opção. Por isso, não pode ser imposta como condição ao ajuizamento ou prosseguimento da ação. Assim, a 20ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul acolheu recurso de uma consumidora da cidade de Três de Maio, na região Noroeste do Estado, que não aceitou buscar conciliação com a operadora de telefonia Oi. Com a decisão, a ação retornou para o primeiro grau.

Campanha de conscientização do consumidor em fase final

É finalizada a campanha *Diga não aos produtos falsificados*, desenvolvida pela Comissão de Combate à Informalidade, da Fecomércio-RS e entidades parceiras. A iniciativa, que conta com a participação da Agas, é um espaço para construir ações de combate ao comércio ilegal no Rio Grande do Sul. Ela desenvolve atividades para inibir o comércio ilegal e dialoga com todas as esferas do poder público (Executivo, Legislativo e Judiciário). Em 2014, a ilegalidade movimentou mais de R$ 800 bilhões no Brasil.

Nova fórmula muda partilha do ICMS

Em janeiro de 2016 entra em vigor a nova sistemática de cobrança do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) incidente sobre o comércio eletrônico em vendas interestaduais. A Emenda Constitucional 87/2015 criou fórmula que aos poucos altera a partilha do imposto entre os estados de origem, onde está instalada a sede da loja virtual, e o de destino da mercadoria. Exemplo: um produto vendido a partir de São Paulo para Minas Gerais, comprado por um não contribuinte do ICMS, pagará alíquota interestadual de 12%, recolhida na origem. Caso, em Minas, a alíquota desse mesmo produto seja de 18%, será feita em 2016 a partilha da diferença de 6%: serão 40% para o Estado de destino e 60% para o de origem. Mas a partir de 2019, 100% da diferença irão para o caixa dos Estados de destino. Esta nova fórmula, todavia, deverá ter sua validade questionada na Justiça.

Fábio Arantes/Ascom Governo São Paulo

Fórum discute resíduos sólidos

A 7ª edição do Fórum Internacional de Resíduos Sólidos ocorrerá de 15 a 17 de junho de 2016, em Porto Alegre. O evento, com o tema *Resíduos sólidos e mudanças climáticas: as grandes consequências de cada atitude*, será na sede do Ministério Público do Rio Grande do Sul (Av. Aureliano de Figueiredo Pinto, 80). Trata-se de uma realização do Instituto Venturi para Estudos Ambientais, com apoio de diversas entidades. A grade de painelistas conta com nomes como Surya Chandak, Asher Kiperstok e Patricia Guarnieri, entre outros. Mais informações sobre a programação e as inscrições podem ser obtidas no site www.firs.institutoventuri.org.br

Fisco: solução de problemas pela internet

A Receita Federal estuda permitir que o contribuinte que cair na malha fina possa, a partir deste ano, justificar as pendências enviando, pela internet, documentos digitalizados em casa ou no escritório. Até agora, as provas documentais eram apresentadas por meio de processos administrativos, e o contribuinte tinha que se dirigir a um centro de atendimento do Fisco. Muitas vezes, era obrigado a aguardar uma intimação para apresentar os documentos. Outra ferramenta em fase de ajustes e que será usada em um projeto-piloto na unidade da Receita em São Paulo é o atendimento virtual para pessoas físicas, com a possibilidade de *chat* (bate-papo *online*) para alguns serviços.

Comitê gestor do Consumidor.gov.br

O governo publicou no Diário Oficial da União o decreto 8.573/15, que cria o comitê gestor da plataforma Consumidor.gov.br. O sistema alternativo de solução de conflitos de consumo, de natureza gratuita e de alcance nacional, terá seu comitê composto por um representante da Senacon do Ministério da Justiça (presidindo), um da Secretaria Executiva do Ministério da Justiça, quatro do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e quatro do setor produtivo. A participação no comitê não será remunerada.

Mobilização dos setores empresarial e público promoveu o recolhimento de lâmpadas fluorescentes, em três meses de ações em Porto Alegre

Incentivo à destinação correta

após chamar a atenção de comerciantes e consumidores sobre a responsabilidade socioambiental de dar a destinação certa para lâmpadas fluorescentes, a Campanha Descarte Correto encerrou as suas atividades de 2015. Foram ao todo 11 ações em Porto Alegre, nos meses de setembro, outubro e novembro, com o recolhimento de milhares de unidades. A iniciativa, promovida pelo Ministério Público Estadual, foi realizada em parceria com a Agas, Departamento Municipal de Limpeza Urbana (DMLU) e as empresas Apliquim Brasil Recicle e Recilux – Descontaminação e Reciclagem de Lâmpadas Usadas. A assinatura do termo de cooperação técnica ocorreu na 34ª ExpoAgas, em 25 de agosto.

Termo de cooperação técnica foi assinado na 34ª ExpoAgas

Cassius Souza/Agas

Para a coordenadora do Centro de Apoio de Defesa do Consumidor e da Ordem Econômica, Caroline Vaz, a mobilização cumpriu o seu objetivo, já que houve um número expressivo de pessoas buscando informações. "As empresas e parceiros fizeram a sua parte, conscientizando as pessoas", avaliou a também promotora de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. A campanha, segundo ela, começou a dar visibilidade a um instrumento importante que é a logística reversa. "Até a realização do projeto, as pessoas não estavam acostumadas a fazer o descarte desta forma. Lâmpada é um material perigoso e houve uma boa mobilização para orientar a comunidade."

Ela lembra que a Política Nacional de Resíduos Sólidos (lei 12.305/10 e decreto 7.404/10) deve entrar em vigor em 2016. "Quem produz, importa e vende, e também os consumidores, devem dar a destinação correta ao fim da vida útil da lâmpada, desde a coleta e descontaminação, e reciclar o que não for mais possível." No primeiro semestre do próximo ano, segundo ela, haverá um movimento para que se comece uma fiscalização por parte dos órgãos competentes. "Queremos que entre nesse processo toda a cadeia produtiva. Quem disponibiliza este tipo de produto para o consumidor deve participar da sua logística reversa ou ao menos indicar um ponto de coleta", alerta.

Sensibilização

O diretor-geral do DMLU, André Carús, diz que as ações realizadas na cam-

panha são inéditas no Brasil. “Elas tiveram a intenção de sensibilizar a população para o descarte adequado de resíduos e integram o escopo de ações do nosso departamento. Isso mostra que há pessoas comprometidas com o meio ambiente”, avalia. Segundo ele, o projeto foi muito bem recebido na cidade. “Já estamos conversando com as empresas para formatar ações permanentes para 2016. Todas as iniciativas, porém, são inócuas sem o apoio e a participação da população.”

Citando o baixo índice de lâmpadas destinadas corretamente para descontaminação e reciclagem no Brasil – 6%, das 300 milhões de unidades comercializadas em 2014 –, o proprietário da Recilux, Eloar Dannerbrock, diz que a inciativa é elogiável. “A parceria com a Agas foi fundamental para informarmos os consumidores e comerciantes da obrigatoriedade da logística reversa das lâmpadas”, reforça. Para ele, a responsabilidade deve ser compartilhada pelos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, independentemente do serviço público. “É importante divulgar o papel de cada componente da cadeia de produção e do consumidor que deve devolver as lâmpadas usadas ao comércio quando comprar uma nova, e com isso se iniciar o processo de logística reversa até a descontaminação e reciclagem.”

O presidente da Apliquim Brasil Recicle, Mario Guilherme Sebben, diz que a iniciativa atende aos direitos do consumidor, que devido à demora nos processos legais não está tendo o descarte adequado das lâmpadas que consome. “Como a maioria dos locais que comercializa lâmpadas não as recebe no pós-consumo, o consumidor fica sem alternativa para cumprir a sua parte da lei”, reforça. Para ele, a campanha foi um grande passo em direção à conscientização da sociedade. “A vida do produto não termina quando o seu uso está findando, mas, sim, quando todos os seus componentes são reciclados e passam a fazer parte de uma nova cadeia produtiva”, explica.

Souza Roxo completa 45 anos

Empresa familiar fundada pelo patriarca da família, Raul Inácio de Souza, e sua esposa, a Souza Roxo Distribuição completou 45 anos em 2015. O casal iniciou suas atividades com uma fábrica de sabão e velas, mas acabou transformando-se numa grande distribuidora de alimentos, especializada em entregas de supermercados. Fundada em novembro de 1970, a empresa atua hoje nos três estados da Região Sul do Brasil. O comando está nas mãos dos filhos do casal fundador, Luis Fernando (diretor geral), Paulo Henrique (gerente comercial) e Maria Cristina.

Coca-Cola lança edição de garrafas históricas

O refrigerante mais consumido no país lançou uma edição limitada de embalagens históricas da marca para celebrar o centenário do lançamento da sua garrafa clássica, conhecida como Contour. O lançamento é um *pack* com garrafas que demonstram a evolução das formas dos vasilhames utilizados pela empresa até a criação da Contour e as suas curvas acentuadas. O *pack* é composto por seis garrafas de vidro com *designs* originais das comercializadas em 1899, 1900, 1905, 1913, 1915 (ano da criação da primeira com as formas da Contour atual) e 1923. Elas não serão vendidas separadamente, apenas dentro do *kit* fechado.

Germani Alimentos é adquirida pelo Grupo Dallas

O Grupo Dallas, fabricante de produtos derivados de arroz, milho e trigo do Mato Grosso do Sul, adquiriu a Germani Alimentos e a Germani Cereais. A compra inclui as estruturas industrial e administrativa, em Santa Cruz do Sul. A Germani atua nos segmentos de massas e biscoitos, derivados de milho, mandioca, arroz, centeio, entre outros cereais. Hoje possui mais de 180 produtos comercializados sob as marcas Germani, Coroa, Filler, Sulina e Corsetti.

Divulgação

Vinícola Garibaldi celebra 1º ano de novo complexo

O novo complexo turístico da Cooperativa Vinícola Garibaldi completa seu primeiro ano com números positivos. De outubro de 2014 a setembro de 2015 o espaço registrou um aumento de 40% no faturamento em relação ao mesmo período do ano anterior, antes das reformas. O fluxo de turistas nas instalações teve alta de 30%, abarcando mais de 60 mil pessoas. O investimento na reformulação do espaço somou R$ 1 milhão. Na infraestrutura, são comercializados mais de 70 itens das 12 marcas da vinícola, além de novos ambientes e salas de degustações. Outro destaque do local é a Cave Acordes, um espaço montado dentro de uma pipa de vinho de 100 mil litros, onde ocorrem ações como degustações às cegas.

Dália Alimentos é Top de Marketing 2015

A cooperativa Dália Alimentos foi agraciada com o prêmio Top de Marketing 2015 na categoria Agribusiness, durante a 33ª edição do evento promovido pela Associação dos Dirigentes de Marketing e Vendas do Brasil (ADVB-RS). A entrega da distinção ocorreu em novembro, em Porto Alegre. O presidente executivo da empresa, Carlos Alberto de Figueiredo Freitas, recebeu a distinção pelo projeto *Criança Dália – Ações no presente para um futuro melhor.* A empresa tem sede em Encantado, no Vale do Taquari.

Vinícola Aurora comemora 85 anos de história

A Vinícola Aurora celebra seus 85 anos de fundação em 14/2, mantendo-se como a maior e mais premiada vinícola do Brasil, com seus rótulos presentes em todos os estados brasileiros e em 20 países. A cooperativa foi fundada por 16 famílias produtoras, que viram na união de forças a chave para conseguir espaço no mercado, vencer as adversidades, a distância dos grandes centros e a dificuldade de distribuição. Atualmente, colhe mais de 55 mil toneladas de uvas/ano e elabora quase 50 milhões de litros/ano, entre vinhos, espumantes, frisantes, sucos de uva e *coolers*.

duplo

Deixe os parabéns para depois. Até porque é feio falar de boca cheia.

A Orquídea recebeu o prêmio Carrinho AGAS como melhor fornecedora de biscoitos de 2015 do Rio Grande do Sul. Um reconhecimento que nos dá orgulho e vontade de estar cada vez mais perto de você. Afinal, nossa vida só faz sentido quando estamos na sua casa. E no seu mercado.

CARRINHO AGAS 2015

ORQUÍDEA®

©iStock.com/Matka_Wariatka

Ricos em fibras, minerais e vitaminas, os cereais são parte importante da alimentação saudável e ajudam a combater e prevenir doenças

Aliados da saúde

trigo, arroz, aveia e cevada são alguns dos mais comuns cereais consumidos todos os dias no mundo. Bom, só o trigo e a cevada são fáceis de identificar nos mais diversos tipos de massas e pães, no caso do trigo, e na cerveja, quando pensamos em cevada. Mas a quantidade de opções e de formas de consumo dos cereais é enorme. O que diferencia os cereais dos grãos é que estes são como sementes extraídas das plantas, enquanto os cereais são planta como um todo. Ou seja, o grão é extraído do cereal, que é uma espécie de gramínea. Em todo o mundo, existem mais de 6 mil espécies de cereais, que podem ser beneficiados, gerando inúmeros produtos que compõem nossa alimentação.

Indispensáveis a uma alimentação saudável, os cereais estão diretamente ligados ao bom funcionamento do organismo devido à quantidade elevada de fibras que possuem. É claro que os processos de preparo de subprodutos como a moagem que transforma o trigo em farinha influenciam bastante na qualidade desses alimentos. Quanto mais refinado o produto, menor é a quantidade de fibras, por isso, as recomendações da boa alimentação reforçam a importância dos produtos integrais.

Aveia, um superalimento

A aveia é um cereal consagrado como um dos alimentos mais benéficos para a saúde. Suas vantagens vão desde o bom funcionamento intestinal até a proteção cardiovascular. De acordo com o pesquisador de aveia, professor e fundador do Instituto de Ciências Agronômicas – Incia, Elmar Luiz Floss, além de ser um alimento nutritivo e funcional por natureza, é rico em proteínas de alto valor biológico e

bom balanceamento de aminoácidos, ou seja, é altamente indicado na alimentação infantil, quando a criança precisa mais de proteína do que de energia.

Segundo Floss, a aveia apresenta em sua composição flavonoides (avenantramidas), que atuam na prevenção do câncer. Além disso, possui fibras solúveis, que são as responsáveis pela diminuição do colesterol ruim e pela prevenção de doenças do coração, e fibras insolúveis, que aceleram os movimentos peristálticos do intestino, fazendo com que o bolo fecal permaneça menos tempo no intestino, diminuindo a possibilidade de que suas toxinas gerem tumores.

O professor realiza, desde 1977, pesquisas com aveia e recentemente lançou o livro *Aveia, memória de uma vida de trabalho e paixão*. Ele destaca que, atualmente, o consumo médio de grãos de aveia na alimentação humana no Brasil chega a, aproximadamente, 65 mil toneladas/ano. "Isso representa um consumo de menos de 300 gramas *per capita*/ano, ou seja, apenas 10% do consumo médio dos países europeus, que fica em torno de 3 quilos por ano", diz. A quantidade ideal de consumo diário varia de acordo com a idade da pessoa, seu peso e objetivo, aponta. O estudioso salienta que é preciso mudar este cenário e, para isso, defende a disseminação das informações sobre a aveia e seus benefícios para que as pessoas reconheçam seu valor.

A Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Ufrgs) desenvolve pesquisas com aveia branca desde 1974. "Na Ufrgs, por meio das técnicas de genética e melhoramento clássicos são criadas novas variedades. Do cruzamento até os testes finais, são necessários de 10 a 12 anos para a obtenção de uma nova variedade", conta o professor da faculdade de Agronomia da instituição, Luiz Carlos Federizzi.

As variedades criadas pela Universidade, antes de serem disponibilizadas aos produtores, são testadas por três anos em vários locais nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e São Paulo. Somente aquelas linhagens que apresentam rendimento de grãos superiores às melhores

existentes no mercado e que apresentam atributos agronômicos e de qualidade superiores são distribuídas aos agricultores. Por sua vez, a indústria testa com seus equipamentos quais as variedades que apresentam melhor rendimento industrial e comunica esta informação aos agricultores parceiros.

Durante os testes são avaliados mais de 30 aspectos, como rendimento, qualidade, teor de fibras e de proteínas, entre outros. A oferta de grãos de aveia de alta qualidade no mercado interno eliminou, desde a década de 1990, a necessidade de importação do cereal para suprir a demanda. Além do mais, as variedades desenvolvidas no país apresentam desempenho agronômico e qualidade de grãos muito superior às variedades importadas.

Para o consumidor, a aveia é um dos poucos produtos integrais por natureza. Os grãos de aveia que chegam à mesa do consumidor têm exatamente a mesma composição da variedade original, porque no processamento nada é tirado, perdido ou adicionado aos grãos, no caso de flocos de aveia.

A empresa Naturale, de Lagoa Vermelha, que produz cereais e granolas, é uma das parcerias da Ufrgs. "A Naturale realiza em primeira mão a avaliação das cultivares em processo industrial, retornando os resultados diretamente para a pesquisa, além de recomendar o plantio dos melhores materiais a seus produtores parceiros", comenta a diretora de Marketing, Natália Dolzan. "Os avanços das pesquisas têm sido extraordinários. Hoje, temos cultivares iguais às melhores dos principais produtores mundiais. Quem ganha com isso? Todos nós, a indústria, pesquisadores, os apaixonados por aveia, a economia e, principalmente, os consumidores", avalia de forma positiva.

Benefícios da aveia

Consumir aveia todos os dias, preferencialmente no café da manhã, ajuda o corpo a repor as energias durante o resto do dia e auxilia na prevenção de doenças imunológicas, gastrointestinais, cardíacas e metabólicas. O médico nutrólogo Durval Ribas Filho, também presidente da Associação Brasileira de Nutrologia (Abran), explica por que a aveia não pode faltar na sua dieta:

Controle do colesterol – O benefício mais evidente do consumo de aveia, segundo o médico nutrólogo, é o controle do colesterol e doenças cardiovasculares. De acordo com ele, no Brasil, a Anvisa já reconheceu esse benefício e registrou a aveia como um alimento funcional para manutenção dos níveis da doença. "A relação está entre a absorção de carboidratos de alto índice glicêmico e os lipídeos, vitaminas e proteínas da aveia".

Regulação da função intestinal – As fibras presentes na aveia promovem um melhor equilíbrio do intestino, com o favorecimento da proliferação das bactérias 'do bem'. Isso contribui para uma melhora no sistema imunológico e para o não desenvolvimento de doenças.

Controle de peso – O médico esclarece que o consumo de cereais integrais promove maior saciedade e, consequentemente, mais controle de ingestão de alimentos. "Alimentos ricos em fibras tendem a ser menos calóricos. Eles exigem mais mastigação e apresentam maior tempo de digestibilidade, o que pode auxiliar na perda de peso".

Diabetes e hiperglicemia – Uma dieta com alimentos com baixo índice glicêmico, como a aveia, ajuda a controlar o diabetes pela manutenção da glicemia e diminui os riscos de hiperglicemia. O cereal ainda pode melhorar os níveis basais de glicose e insulina.

Síndrome metabólica – É um conjunto de fatores de risco relacionados à obesidade, entre eles doenças cardiovasculares, hipertensão arterial e diabetes. "A aveia atua através de fibras solúveis em alta concentração, o que evita picos glicêmicos e insulínicos e reduz o aparecimento da síndrome metabólica", orienta.

ADEQUAÍ

MAIS INOVAÇÃO E EFICIÊNCIA PARA O SEU NEGÓCIO.

Mini, Super ou Hipermercado.
Seja qual for o porte e a necessidade da sua empresa, a Dinda Alimentos inova para oferecer as melhores soluções em produtos e serviços.

• PÃES ESPECIAIS • FOLHADOS ASSADOS • SALGADOS ASSADOS • SALGADOS FRITOS

- Receitas próprias e produtos especiais
- Central de treinamento
- Orientação sobre mix de produtos
- Maior rentabilidade
- Mais de 100 opções de produtos

Rua Lima Barreto, 75
Humaitá - Porto Alegre - RS
www.**dindaalimentos**.com.br
(51) **3337.2233**

dinda
PÃES CONGELADOS

Carlota Pauls

A técnica é antiga, mas continua gerando bons resultados no ponto de venda, desde que o cruzamento de produtos lembre o consumidor de associar um ao outro

Cross merchandising

O *cross merchandising* não é uma ciência exata, mas apostar nele, com criatividade, pode render boas vendas. Trata-se de uma técnica que consiste no cruzamento de produtos, no ponto de venda, que tenham entre si relação direta de consumo, destacando-os entre os demais. O consumidor é estimulado a lembrar da associação (gerando interesse de compra) de um produto de baixo giro quando estiver na gôndola do item de alto giro. O objetivo, afinal, é aumentar as vendas de produtos que normalmente são esquecidos pelos clientes, e que por meio dessa técnica passam a adquiri-los por impulso ou conveniência.

Segundo o instrutor da Agas e especialista em *marketing*, Janer Costa, os supermercados ainda enfrentam dificuldade em pensar inovações nesse aspecto, mas ele estimula o *cross merchandising* mesmo nas suas formas mais tradicionais, pois os resultados aparecem. "Isso começou lá com o queijo ralado junto com a massa, as escovas com os *shampoos*, nas primeiras ações na linha. Hoje o cliente já procura o primeiro produto direto no segundo, nem é mais um cruzamento. A maioria das lojas do nosso interior, contudo, não coloca as ideias em prática e perde vendas garantidas. Produtos do bazar, área fria e de menor volume de vendas em geral são beneficiados e oferecem maior margem", explica.

Uma das primeiras regras da técnica é sempre cruzar produto de alto giro com produto de baixo giro. Dois de alto giro não faz sentido, uma vez que ambos já atraem o *shopper* para o seu corredor. "O propósito da interação é aumentar as vendas do item com menos saída e melhor margem de lucro. A panela de pressão com o feijão, numa promoção com ponto extra, certamente provoca mais a compra do utensílio do que a exposição separada", relata. "Por outro lado, já vi falhas como ter em pontos diferenciados a erva-mate, a cuia de chimarrão e a garrafa térmica."

www.dalia.com.br

LINGUIÇA TOSCANA

Ki-fácil Dália

As vendas vão ser iguais
a um bom churrasco.
Não vai sobrar nada.

Dália
ALIMENTOS

Comportamento de compra

Vale usar a criatividade, pensando que combinações possam existir. Costa acredita que falta essa inspiração ao lojista, ainda muito preso a questões básicas. "Eles dizem nos cursos: 'colocamos o carvão perto da carne e do sal grosso'. Mas quem vai fazer churrasco sem carvão? Isso não é *cross merchandising*. Assim você facilita a vida do cliente, mas não gera lucro, pois a compra desse produto seria feita da mesma forma. Nesse caso, o *cross* acontece com a venda de uma faca, uma gamela, um acendedor ou uma cerveja *premium*", explica.

Pode-se criar toda uma ambientação com mesas, *displays*, com promoções, fitas e preços diferenciados, com vinhos, queijos, taças, numa exposição distinta. "Já vi uma das lojas do Asun trabalhar bem isso com ações até inusitadas. Na seção de conservas, havia pratinhos de plástico e palitos de dente. São produtos que normalmente não entram na lista de compras", lembra. Outro exemplo vem do Walmart, que fez uma pesquisa para entender quais os dois produtos que mais se repetiam numa mesma compra, e o exemplo mais frequente era a associação de cerveja e fraldas, comprados por homens de 25 a 40 anos, normalmente nas sextas-feiras. Um ponto extra de cervejas especiais fez as vendas dispararem.

É preciso fazer ações lógicas e explorar outras possibilidades, analisando o comportamento de compra, considerando um produto de alto giro que puxe o outro para o carrinho de compras. "Um dos meus clientes tinha um sal grosso especial de R$ 9 exposto junto com o sal grosso normal, que custa menos de R$ 2. Não tinha quase saída. Recomendei a ele que tirasse o produto de lá, deixasse perto do açougue e colocasse cartazes explicando por que aquele sal valia o preço mais caro", exemplifica. A questão é despertar o desejo do cliente. De acordo com o especialista, não se pode estimar antecipadamente qual será o aumento de vendas ou a taxa de conversão. Um exemplo bem comum é o filtro para bomba de chimarrão. "Fora do estande das ervas, a venda será próxima do zero, mas no local certo tem saída porque é barato e descartável", resume.

Expertise do Guanabara

Os supermercados Guanabara, em Rio Grande, trabalham com dois tipos de ações de *merchandising*. A primeira envolve a *expertise* dos fornecedores, planejando o PDV em parceria para identificar boas oportunidades. As indústrias fornecem o material promocional que auxilia nas vendas. O outro formato abarca os produtos de marca própria, com a identificação de zonas quentes nas lojas para a exposição de itens de padaria e confeitaria. Tudo é baseado na observação do fluxo de clientes e por aproximação de categorias de consumo.

"Uma das que possuíram um ótimo resultado foi a de inclusão de expositor de geleias temperadas/apimentadas no setor de açougue, proporcionando aumento de venda a este produto", conta Luciano Canteiro, responsável pelo Marketing. "Outro exemplo é a colocação de pães de legumes em mesas estratégicas no setor de FLV, alavancando a saída destes produtos." Segundo diz, o resultado de um *cross* é relativo, dependendo muito das categorias. No entanto, é sempre um fator representativo quando se pensa em girar produtos que estão em declínio ou até mesmo no lançamento de produtos afins.

Confira as vantagens de cruzar mercadorias afins

O investimento é praticamente zero, pois colocar um produto junto com o outro, a princípio, não custa mais nada ao estabelecimento.

As vendas dos produtos podem ter um acréscimo superior a 100% do que venderiam se estivessem oferecidos apenas no seu ponto natural.

Facilitar a vida do consumidor ajuda a fidelizá-lo pela melhora na sensação de compra.

Ao aumentar as vendas de diversos fornecedores, nada mais justo que obter desconto maior no preço de custo ou na própria venda do espaço extra a ser desenvolvido.

SE FOR DIRIGIR, NÃO BEBA.

palm

GANHAR O CARRINHO AGAS PEDE UM BRINDE.

CARRINHO AGAS 2015

Motivos é o que não faltam para a gente comemorar. A Vinicola Aurora ganhou o 11° Carrinho AGAS como Melhor Fornecedor de Vinhos do Rio Grande do Sul. Além disso, **Silvio Santos**, nosso gerente de vendas, foi o Gerente Destaque do Ano. **Muito obrigado ao varejo gaúcho pelo reconhecimento.** E claro que o brinde está garantido: com Aurora Moscatel ou Aurora Brut, espumantes escolhidos TOP 100 no mundo pela Associação Mundial de Jornalistas e Escritores de Vinhos e Licores - WAWWJ.

Curta Aurora em facebook.com/vinicolaaurora | www.vinicolaaurora.com.br

VINÍCOLA AURORA

©iStock.com/Xi Xin Xing

Cresce o uso de cartões

Vendas via cartões de crédito e débito dobraram nos últimos anos, representando até 70% da movimentação financeira de supermercados na região metropolitana

Cláudia Boff

O número de transações com cartões cresce a cada ano, devido à facilidade e segurança nos pagamentos, além de vantagens e descontos oferecidos aos consumidores. De acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), nos últimos seis anos a comercialização nas modalidades crédito e débito aumentou 133% – ultrapassando 10,2 milhões de compras em 2014. Já o faturamento neste mesmo período triplicou, chegando a R$ 963,6 milhões só no ano passado. No entanto, as altas taxas e tributos cobrados, associados à demora no repasse de valores às lojas, geram queixas dos supermercadistas. Segundo especialistas, alinhar tecnologia, gestão financeira e de conciliação auxilia na busca de melhores resultados.

Conforme o consultor Cláudio Paes, de dois a três anos para cá o volume de vendas com cartões no Estado tem representado de 20 a 30% dos negócios, podendo chegar a 70% em supermercados localizados na capital e região metropolitana. “Hoje o governo dá vários benefícios para quem usa o débito. Além disso, os tíquetes de alimentação e refeição deixaram de vir em papel, tornando-se mais uma opção de pagamento eletrônico”, descreve o também diretor da SOS Cartões. Ao mesmo tempo, o prazo médio de recebimento também aumentou. “Enquanto o tempo estimado para a venda é de 5 a 6 dias, o retorno dos recebíveis passou para 20 a 30 dias”, exemplifica.

Ele alerta que a mudança está trazendo impactos para os varejistas, já que o dinheiro deixou de ser a principal forma de pagamento. “Quando o supermercadista faz as contas, começa a faltar dinheiro. Ele sente a diferença no prazo de giro, chegando a 15 dias entre colocar os produtos nas prateleiras e efetuar a venda, e mais 15 dias ou mais para receber o valor pago de volta.” O cartão, por outro lado, ampliou a garantia de recebimento. “Havia um grande índice de cheques sem fundo e os supermercados eram um dos maiores prejudicados com isto. Com a ascensão do cartão, este índice praticamente zerou.”

Perfil dos clientes

De acordo com Paes, quanto mais alto for o poder aquisitivo, maior será o poder de compra com o 'dinheiro de plástico': "Toda vez que se recebe bem um cliente com cartão, finalizando favoravelmente uma transação, o supermercadista terá o benefício de uma compra robusta. É como se a carteira dele estivesse aberta". Ele lembra que todas as classes sociais são atualmente portadoras de cartões. "As instituições financeiras criaram produtos e bandeiras voltadas para os diferentes perfis de pessoas", completa.

Com a crise do país, segundo ele, houve um grande aumento na busca por financiamentos. "Com a falta de dinheiro na mão, o consumidor pega um empréstimo para pagar as contas ou usa o cartão em uma vez ou parcelado", explica. A partir de 2012, conforme dados divulgados pela Abecs, as transações com débito em conta ultrapassaram as de crédito e aumento a cada ano. Só em 2014, foram 5,4 milhões de vendas pagas em uma vez, contra mais de 4,8 milhões de negócios parcelados. "As compras a prazo geralmente têm juros. Para ser considerado à vista, o valor em dinheiro precisa ser igual ao do cartão, desde que em uma vez."

Custos e taxas

Trabalhar com diversos tipos de cartão, operadoras e bandeiras já deixou de ser uma opção para os supermercadistas – é uma realidade –, mas será que tem sido um bom negócio? O contador Vanderlei Goulart diz que é preciso estar atento aos custos embutidos em cada serviço. "Cada bandeira tem a sua taxa administrativa, que varia de 1,8% a 6,5% para os supermercados, podendo ser ainda maiores em outros ramos, como o de roupas e brinquedos", esclarece.

Ele diz que é preciso ter cuidado com antecipações, que possuem acréscimos de capitalização. "As taxas variam de 2% a 4%, dependendo do volume e do dia de compras", alerta o também proprietário da Meta Assessoria Empresarial. A oscilação das tarifas administrativas, conforme Goulart, depende da força de cada bandeira, já que são de livre mercado: "É como a margem de lucro no supermercado, em que se coloca um valor em cima, sabendo o que o consumidor suporta. Há uma disparidade muito grande, sendo que os grandes supermercados têm como negociar mais". Podem ser cobradas ainda tarifas adicionais por depósito, TEDs, aluguel de máquinas e outros serviços.

Segundo Paes, as despesas com cartões ficam em torno de 3,7%, incluindo a taxa de administração (3,5%), equipamentos e entre outros (0,2%). Somam-se a estes custos alguns tributos: Impostos sobre Lucro Líquido (34%) e créditos do Programa de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público, o PIS, e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social, a Cofins (9,25%). "Muitas vezes, as taxas cobradas são maiores do que a margem colocada sobre o produto. Aí se está empatando o dinheiro", frisa Goulart.

Fonte: Abecs

		Indicadores anuais – Gastos com transações de cartão no Brasil						
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total (Crédito + Débito)	**Transações** - milhares	4.399.113	5.064.598	5.978.077	7.058.895	8.060.601	9.198.207	10.267.208
	Variação % ano anterior	20,4%	15,1%	18,0%	18,1%	14,2%	14,1%	11,6%
	Valor transacionado - R$ milhões	329.076	393.631	487.454	601.433	710.012	837.104,2	963.603
	Variação % ano anterior	25,6%	19,6%	23,8%	23,4%	18,1%	17,9%	15,1%
Crédito	**Transações** - milhares	2.286.546	2.634.498	3.073.000	3.537.337	3.951.525	4.415.613	4.828.317
	Variação % ano anterior	18,2%	15,2%	16,6%	15,1%	11,7%	11,7%	9,3%
	Valor transacionado - R$ milhões	221.211	264.029	326.296	398.447	465.231	537.279,9	610.268
	Variação % ano anterior	23,5%	19,4%	23,6%	22,1%	16,8%	15,5%	13,6%
Débito	**Transações** - milhares	2.112.567	2.430.099	2.905.077	3.521.559	4.109.076	4.782.594	5.438.891
	Variação % ano anterior	23,0%	15,0%	19,5%	21,2%	16,7%	16,4%	13,7%
	Valor transacionado - R$ milhões	107.865	129.601	161.158	202.986	244.781	299.824,3	353.335
	Variação % ano anterior	29,9%	20,2%	24,3%	26,0%	20,6%	22,5%	17,8%

Observações sobre as séries de faturamento e transações:
Os números apresentados refletem a consolidação dos dados das adquirentes: Cielo S/A, Redecard S/A, Banco Santander do Brasil S/A, Hipercard Banco Múltiplo e Banco Bankpar S/A

Conciliação e controle

A necessidade de se fazer o acompanhamento dos custos e dos recebíveis suscitou a realização de um seminário realizado pela Agas em 27 de outubro. O evento gratuito ocorreu no Ritter Hotéis, em Porto Alegre, com o tema *Conciliação e controle de cartões*, reunindo 150 pessoas. Goulart foi um dos painelistas que destacaram a grande dificuldade no controle das operações. "Para saber se houve lucro, devem-se tirar todas as taxas de administração do valor das vendas. Há uma gama muito grande de informações, sendo que algumas bandeiras têm cortes semanais", ressalta.

Para garantir a eficiência dos processos, ele diz que é preciso alinhar tecnologia, área tributária e gestão de conciliação. "Há *softwares* e empresas que cuidam da TI, evitando que o controle seja manual. As empresas de lucro real podem fazer o desconto dos valores de despesas, senão terão que pagar impostos em cima disto", alerta. Além do valor cobrado pela administração do cartão, ele explica que se pode ter ainda taxa de interveniência. "É cobrado do estabelecimento um percentual para que receba o valor no tempo hábil."

O gestor será o responsável pela efetivação do controle dessas transações. "É uma pessoa que pode estar vendendo e negociando taxas e prazos, além de avaliar se vale a pena trabalhar com determinada bandeira, em função das taxas muito altas", descreve Goulart. A conciliação de valores garante o controle do fluxo de caixa. "O supermercadista pode ficar negativo e não saber no que está gastando ou dando entrada. Como as compras em cartão representam, em média, 50 a 55% das vendas, esta renda tem que ser muito bem controlada."

Combate à sonegação

Ao lançar os valores das vendas e gastos com cartões no Sistema Público de Escrituração Digital

(SPED), Goulart diz que é preciso ter atenção. "Muitas vezes o supermercadista não abate os custos, mas o Fisco tem acesso detalhado das administradoras", observa. Ao falar no evento sobre conciliação de cartões na prática, Paes reforça que a Receita Federal está utilizando o programa validador da Escrituração Contábil Fiscal (ECF) para fiscalizar as transações eletrônicas dos estabelecimentos. "Dessa forma, há o controle da sonegação com a venda por cartões."

Por meio da conciliação, ele esclarece que o supermercadista sabe o que vendeu, mas só com a consolidação de dados verificará se o pagamento foi efetivado. "Verifica-se também o atendimento das obrigações acessórias, que os órgãos públicos pedem no SPED." Há casos em que o contador aguarda para saber quanto foi gasto com cartões e acaba não lançando os custos. "Essa falta de informação pode significar um aumento de 34% no IRPJ e CSLL. O prazo para localizar a diferença entre os valores bruto e líquido creditados no banco, com exceção dos cancelamentos de venda, é de cinco anos", ensina o consultor.

Erros frequentes

Outra situação verificada na conciliação financeira, segundo Paes, é a identificação de inconsistência no pagamento das administradoras. "Isso só é descoberto no cruzamento de dados, já que a responsabilidade de acompanhar os pagamentos é do estabelecimento", esclarece. Na antecipação de recebíveis, há um acréscimo de 0,9 a 11% ao mês, de acordo com a taxa fixada pela administradora e as condições do mercado. "Algumas cobram isso sem ser pedido ou ter autorização", alerta. Nestes casos, é aberto um processo administrativo e o reembolso demora de 7 a 30 dias úteis.

Seminário da Agas debateu controle e conciliação de cartões

Divulgação/Agas

É necessário ter ainda cuidado com o aluguel de máquinas de cartão, que varia entre R$ 20 e R$ 200 por mês. "Há casos de cobranças que não foram acordadas e de equipamentos já retirados. O técnico também pode ter ido ao estabelecimento e não retirou a máquina com defeito e ninguém deu baixa", observa Paes. Ele acrescenta que um mesmo equipamento pode também servir para consulta de cheques e seguro residencial, pagando-se muitas vezes por serviços que não se pediu ou usa.

De olho nos números gerados mensalmente, a rede de mercados Brasco, de Porto Alegre, conseguiu recuperar parte da receita que não vinha sendo repassada por uma bandeira de cartões há dois anos. "Começamos a fazer a conciliação nesse ano por meio de um *software* que faz uma parte e o resto é manual. Uma das administradoras não estava repassando o valor porque não estávamos cadastrados. Dá um pouco de trabalho, mas isto merece a atenção de todos", afirma o analista financeiro, Lucas Waquil. Ele conta que a rede nasceu há três anos com um volume bastante alto de vendas com cartões. "Na loja da Nilo Peçanha, que tem um perfil residencial, a maior procura é por débito e crédito, enquanto na do Moinhos de Vento, o maior volume é de vales-alimentação e refeição", descreve. As maiores taxas pagas, segundo ele, são para as credenciadas de tíquetes (entre 5% e 6%), seguidos pelas transações de crédito (2,2% a 2,5%) e débito (1,3% a 1,5%). "Não fizemos aliança para conseguir melhores condições, mas não temos como considerar trabalhar sem cartão", ressalta o profissional. Ele conta que a rede Brasco tem tentado ampliar suas opções em cartões para melhor atender os clientes. "Algumas bandeiras exigem máquina própria ou conta em determinado banco, então avaliamos os custos e benefícios. À medida que identificamos que há uma boa aceitação do público, buscamos negociar taxas, avaliando as oportunidades para o aumento da receita."

Gestão de TI

No seminário da Agas, o especialista em automação industrial Alexandre Carvalho deu dicas de como fazer a gestão de TI na conciliação de cartões. "O *software* de

MATRIZ

nat.

UMA
MARCA
DO GRUPO
VIBRA

Linguiças nat. A melhor seleção de carnes.

As Linguiças de Frango, Pernil ou Especial Churrasco da nat. são preparadas somente com carnes nobres de frango e suína e temperos naturais. São livres de CMS e têm certificado SIF. Mas a maior prova de qualidade só você pode fazer. Experimente.

natalimentos.com.br
(51) 3883.2100

conciliação deve controlar da forma mais automática as informações de venda, pagamentos e recebimentos, gerando resultados detalhados e precisos com a menor interferência humana possível", afirma o também proprietário da KW Informática.

O resultado de uma trabalho de conciliação eletrônica, segundo ele, dependerá do que a empresa espera e da escolha do *software*. "Ele pode ser manual, com intervenção humana, ou automático, juntando movimento de vendas, os resultados das administradoras e dos bancos", descreve. Outras características importantes, segundo ele, são as integrações com o sistema de gestão (ERP) e a contabilidade da loja. Ele diz que a maior dificuldade é conseguir todas essas informações. "As empresas têm o direito de pedir os dados, mas alguns administradores levarão 30 dias. Isso faz com que se descubram possíveis erros muito tarde", alerta. Fazer a conciliação, conforme Carvalho, ajuda para que esses prazos sejam cumpridos. "Se isso ocorrer, a cobrança deve ser feita diretamente com a administradora. Normalmente, não é má-fé."

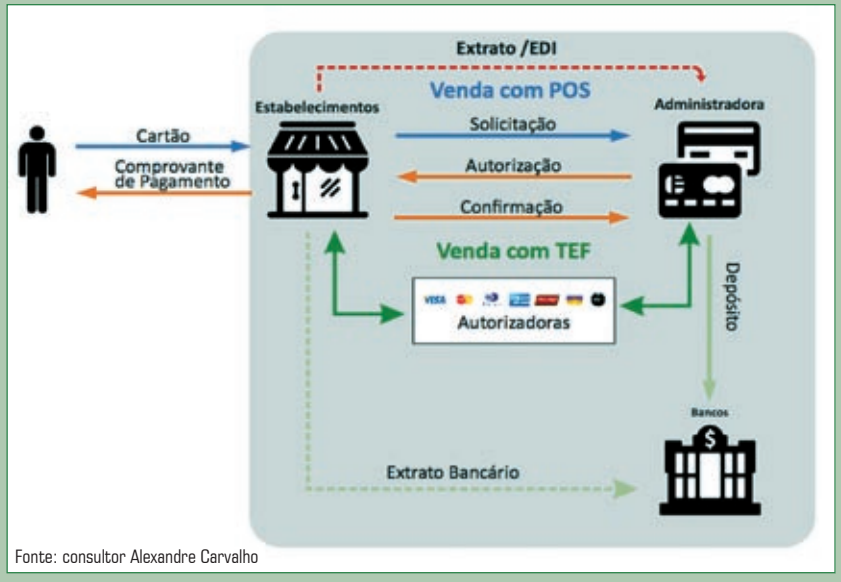
Diante do grande volume de transações com cartões, o especialista considera comum ocorrer erros. "Por isso é fundamental optar por um *software*, que pode ser simples ou mais sofisticado. Não fazer o controle e a conciliação é que já deixou de ser uma opção", ressalta. Em função disso, ele diz que a procura por esse tipo de sistema é muito grande: "Os empresários estão cada vez mais cientes dos riscos que correm, em tempos de margem apertada. Em média, 2% das transações dão algum tipo de problema, com bandeiras variadas." Conforme ele, há poucos casos em que é necessário auxílio jurídico. "Geralmente, consegue-se resolver os erros de forma administrativa, sem a cobrança de multas. A devolução costuma ser em serviços, ou até em dinheiro, conforme a negociação".

Cartões próprios

Os supermercados Viezzer, que integram a Rede Unisuper desde 2000, e a RedeCen a partir de 2010, possuem cartão de marca própria há 14 anos. Mesmo trabalhando com diferentes bandeiras, o diretor-presidente Mário Viezzer optou por oferecer esse diferencial aos clientes. "O povo usa mais dinheiro de plástico do que o próprio, em papel, no bolso. Usar cartão é mais seguro, fácil e prático", afirma. Alguns clientes, segundo ele, não conseguem ter acesso a marcas consagradas de cartões. "No caso da Rede Unisuper, oferecemos o parcelamento de até três vezes em datas comemorativas de grande fluxo de clientes nas lojas." O empresário relata que as despesas com cartões próprios já foram maiores. "No início, era uma taxa bem superior aos demais. Hoje já está bem parelho. O principal objetivo é manter o cliente fidelizado, ou ele vai buscar outro que ofereça esse serviço."

Em função do acréscimo de 10% a 14,5% nas taxas, no caso de parcelamento, ele diz que os lojistas incentivam muito mais as compras em cartões de débito em conta. "Ele é automático e o número 1 em vendas. Quando passa de 30 dias, não é interessante vender no cartão, a não ser no de marca própria." A união com outras redes, conforme Viezzer, tem sido importante na negociação com outras bandeiras. "Tentamos negociar pela Unisuper, mas o ganho que se teve com os recebíveis foi muito pequeno. Com a RedeCen, a cada ano fomos conseguindo melhorar as taxas em cada credenciada, chegando em alguns casos a representar uma redução de 50%". A RedeCen possibilita a associação de 16 redes de supermercados do RS, com faturamento anual de mais de R$ 4,6 bilhões e 624 lojas. "O foco é a negociação

Fluxo de funcionamento



Fonte: consultor Alexandre Carvalho

VENDA - LOCAÇÃO - ASSISTÊNCIA

LINHA COMPLETA

WAREHOUSE

IMAGENS ILUSTRATIVAS.

Linha PR

Empilhadeira Retrátil

PR17 para 1.700kg e elevação até 9,0m

PR20i para 2.000kg e elevação até 12,0m

Linha TE

Transpalete Elétrico

TE18 para 1.800kg operador andando

TE25W para 2.500kg operador andando

TE25 para 2.500kg operador a bordo

com modelos para 1 e 2 paletes

Linha PT

Empilhadeira Elétrica Patolada

para 1.600kg e elevação até 5,4 metros

Paletrans

EMPILHADEIRAS & TRANSPALETES

DESDE 1983 FABRICANDO
EQUIPAMENTOS NO BRASIL.

Equipamento financiado pelo

BNDES FINAME

CONSULTE NOSSA LINHA COMPLETA DE EQUIPAMENTOS DE MOVIMENTAÇÃO DE CARGA

movimak

www.movimak.com.br

Ligue agora:

51.3032.6060

comercial@movimak.com.br

ATENDEMOS TODO O RIO GRANDE DO SUL

de cartões de débito, crédito e *voucher* com as administradoras, ajudando a fortalecer cada loja", explica Viezzer, que também preside a RedeCen.

Outro exemplo é o da rede Müller, de Taquara, que comemora bons resultados com a vendas em cartões. O administrador Franck Müller acredita que o fluxo de vendas eletrônicas tem aumentado porque os clientes preferem não carregar dinheiro em espécie, reduzindo o risco de roubo. Em suas três lojas, a modalidade mais procurada tem sido o crédito. Para ele, a existência de cartão próprio é um diferencial que a rede oferece desde 2013. "Ele atrai uma boa parcela de clientes, pois possibilita um bom prazo de pagamento, sem nenhuma taxa", afirma o profissional, citando que o nível de inadimplência é baixo, comparado a outros cartões. Uma das dificuldades enfrentadas, segundo ele, são as altas taxas cobradas pela maioria das administradoras, que variam de 3,2% a 6,5%. Além disso,o prazo para repasse do pagamento pode chegar a 45 dias, após a compra."Fizemos várias alterações de redes tentando reduzir o máximo possível das taxas. É muito difícil elas baixarem", reclama. Ele conta que o próprio sistema ERP da empresa é configurado para fazer o controle das transações. "Constam informações como taxas, prazo de pagamento e opções de fechamento, entre outras. Temos um funcionário responsável pelo acompanhamento e controle do processo", observa. Müller relata ainda que a empresa busca uma assessoria para otimizar o controle dos dados. "Queremos acompanhar se o resultado e as informações estão dentro do esperado."

Gabriel Treiguer/Divulgação Mercado Brasco

Rede de mercados Brasco trabalha com várias bandeiras de cartões

Mercado e tecnologia

De acordo com o economista Victor Sant'Ana, da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Porto Alegre, o cenário macroeconômico atual é de moderação no consumo, fruto da desaceleração da renda, crédito e confiança. "A taxa de desemprego cresceu muito nos últimos meses, alcançando 6,24% na capital gaúcha. É um índice preocupante com a alta vacância e demissões." Ele relata que houve também uma queda na concessão de crédito, deixando o índice de confiança dos gaúchos negativo. Com a alta da inflação, Sant'Anna diz que a expectativa para 2016 é de estourar o limite da meta do Copom (4,5%), ficando em 6,47%. "Isso indica que a crise vai durar pelo menos até o ano que vem." Além dos gastos descontrolados, ele lembra que o governo também enfrenta uma séria crise política. "É a nona crise no país desde 2008. Observa-se que quem sobrevive à crise sai mais forte. Deve-se ver a oportunidade, não só o lado negativo." A diretora do Instituto CDL, Dagma Gonçalvez, diz que para reduzir riscos e custos, 80% dos pequenos e médios varejistas não aceitam mais cheque, somente cartão de crédito. "Isso porque eles confiam que os administradores e bancos vão pagar os valores recebíveis", acrescenta. No entanto, os custos das transações influenciam 30% da margem líquida dos estabelecimentos.

Diante deste cenário, a ProSistema lançou, em 10 de novembro, um sistema de conciliação de cartões de crédito e débito com interface *web*. O ProCard controla todas as informações de vendas, pagamentos e recebimentos, gerando resultados detalhados, rápidos e seguros para facilitar o dia a dia das empresas. "Há um grande volume de transações no dia a dia, que estão suscetíveis a erros. Verificamos que os procedimentos não estão adaptados ao mundo digital. O ProCard oferece a máxima eficiência nos processos de conciliação, gerando redução de custos, reaproveitamento de mão de obra manual e uma melhor tomada de decisão, eliminando despesas desnecessárias", afirma Guido Guilherme Gijsen, diretor da ProSistema.

Todos ficam felizes com o carrinho cheio.

Para que os clientes dos supermercados saiam com o carrinho cheio, o mais importante é que os produtos dos nossos clientes estejam nas gôndolas.

A Reiter Log ganhou o prêmio de **Melhor Fornecedor de Logística do Carrinho AGAS 2015.**

Agradecemos a parceria e confiança dos nossos clientes e dos supermercadistas que nos elegeram!

Vamos continuar no caminho certo, e oferecendo o melhor em **Armazenagem, Transporte e Distribuição.**

CARRINHO AGAS 2015

Melhor Fornecedor de Logística.

Matriz:
RS - Nova Santa Rita

Filiais:
RS - Campo Bom, Pelotas, Passo Fundo e Santa Maria.
SC - Itajaí
PR - Pinhais, Maringá e Cascavel
SP - Campinas
GO - Goiânia
BA - Simões Filho

REITER LOG

Multilogística. Multisoluções.

www.reiterlog.com • reiter@reiterlog.com • (51) 3479-4100

CARRINHO AGAS 2015 — Patrocínio: GS1 Brasil — Associação Brasileira de Automação

Carrinho Agas 2015 distribuiu 36 prêmios a fornecedores e personalidades que se destacaram por seu trabalho

Coroação a quem fez a diferença

Diego Castro

A Associação Gaúcha de Supermercados reconheceu os melhores fornecedores e as personalidades que se destacaram por sua atuação, na entrega do troféu Carrinho Agas 2015. O evento, ocorrido na Casa NTX, em Porto Alegre, no dia 30 de novembro, reuniu mais de 950 pessoas. Em sua 32ª edição, a noite de premiação distinguiu o ex-senador Pedro Simon por sua trajetória (Homem Público Destaque do Ano), a liderança da deputada estadual Any Ortiz (Destaque Político Agas Jovem), o exemplo de empreendedorismo e cidadania de Jorge Buneder, da Stemac (Empresário do Ano); a experiência de Sílvio Santos, da Vinícola Aurora (Gerente Destaque do Ano), e o exemplo de valorização da vida da Fundação Thiago de Moraes Gonzaga (recebido por sua idealizadora, Diza Gonzaga). A cerimônia ainda levou ao palco os representantes de 30 empresas cuja excelência no serviço chamou a atenção dos supermercadistas neste ano, em 32 categorias. O patrocínio do evento foi da GS1 Brasil.

A seleção dos agraciados utilizou uma metodologia que obedece a três critérios: o quantitativo, a partir do Índice Nielsen de Varejo, depurou as melhores performances conforme critério ponderado; o qualitativo, com envio de um questionário para os diretores e gerentes responsáveis pelas compras nos maiores supermercados gaúchos, e, por último, o de relacionamento, no qual a entidade promotora do evento escolheu um dos fornecedores em cada categoria, considerando seu desempenho e parceria no último ano.

O discurso de abertura foi pronunciado pelo presidente da Agas, Antônio Cesa Longo. Nas palavras dele, o Carrinho Agas representa muito mais que uma mera homenagem do varejo aos seus fornecedores: "Esta noite de gala é uma coroação às empresas e personagens que, ao longo do ano, fizeram a diferença em suas áreas de atuação e contribuíram para o desenvolvimento da economia

Cassius Souza/Ages

gaúcha como um todo". Na ocasião, ele lembrou dos obstáculos enfrentados pela indústria (a informalidade, a pirataria e a guerra fiscal) e pelo comércio (a falta de segurança) no cotidiano. "O pequeno estabelecimento está inibido de ampliar o seu horário de atendimento, obrigando-se a abrir mão de prestação de serviços aos clientes", frisou.

O evento contou com a presença do governador do Estado, José Ivo Sartori; do prefeito de Porto Alegre, José Fortunati; do presidente da Fiergs, Heitor Müller; do presidente da Fecomércio-RS, Luiz Carlos Bohn, bem como outras autoridades. Diante de Sartori, Longo lembrou que a entidade manifestou-se contra o aumento das alíquotas de ICMS, mas colocou-se como parceiro para outras mudanças. "Apoiamos o fechamento de estatais, fundações, reduções de altos salários e outros", disse. Ele também reivindicou a ampliação do programa Nota Fiscal Gaúcha.

Que não falte determinação

O prefeito de Porto Alegre, José Fortunati, também falou na abertura. "Vim com muito otimismo para esta festa, vejo a força dos supermercadistas e sua forte relação com o poder público. É um setor que investe em qualificação e não hesita em modernizar-se para oferecer melhores serviços, gerando mão de obra e renda", frisou. Na visão dele, o momento político é de preocupação no Brasil, pois a crise ética e moral que assola Brasília influencia a economia. "Pela primeira vez, as operações punem corruptos e corruptores. Na vida pública ou privada, muitos se valem de seu poder para tirar vantagens", acrescentou.

O governador José Ivo Sartori foi ao púlpito no final da solenidade. Segundo afirmou, a caminhada de todos os premiados ao Carrinho representa um grande trabalho, fruto de luta e construção. "Apesar das dificuldades, o autosserviço cresceu em 2015. Tenho a certeza de que 2016 não será melhor, mas não faltará determinação aos empresários", incentivou. O chefe do Executivo estadual declarou que as medidas amargas visam à austeridade. "Fazemos nossa parte para tornar o Estado menos burocrático e voltado a si. O sucesso só vem antes do trabalho no dicionário."

Novatos e veteranos

Os fornecedores receberam o troféu com a escultura do artista Caé Braga, representando os elos da cadeia de abastecimento: a indústria, os supermercados e os consumidores. Quatro empresas receberam o prêmio pela primeira vez: Ximango, Reiter, Santa Massa e Stemac. "Em 2016, completaremos 30 anos de história e nada melhor do que

antecipar a festa com esse prêmio", vibrou Sérgio Dall'Acqua, diretor comercial da ervateira gaúcha Ximango (Melhor Fornecedor de Erva-mate). A paulista Santa Massa foi agraciada pelo Lançamento do Ano no Setor Perecíveis, com seu pão de alho. "É uma grande honra sermos premiados por um produto que combina muito bem com o churrasco gaúcho, o consumidor daqui abocanha 30% da produção da fábrica", lembrou Everson Moro, representante da indústria no Estado.

Seis novas categorias foram adicionadas ao Carrinho neste ano, premiando os melhores Fornecedores em Artigos de Higiene Oral, Espumantes, Fraldas e Descartáveis, Logística, Pães Congelados e o Destaque Político Agas Jovem. A Superpan ganhou por seus pães congelados. "A oportunidade venceu a crise, a dedicação e o esforço se ergueram perante as dificuldades e a nossa equipe fez a diferença", observou o presidente da companhia, Arildo Bennech Oliveira. O gerente regional da multinacional Colgate, José Carlos da Silveira, recebeu a distinção pelos Artigos de Higiene Oral. "Os supermercados são o nosso elo com o consumidor, estamos muito satisfeitos. Temos 350 SKUs, com presença em todo o Brasil e mais 233 países", contou. Para a Cooperativa Vinícola Garibaldi (Melhor Fornecedor de Espumantes), o prêmio simbolizou "todo o nosso esforço e dedicação em prol do desenvolvimento sustentável do setor", segundo o seu presidente, Oscar Ló.

Na categoria Melhor Fornecedor de Carnes, a Best Beef (marca do Frigorífico Silva) venceu pelo terceiro ano consecutivo. "Estamos no caminho certo, mesmo em um ano difícil, em comparação com os anteriores", pontuou o diretor Ivon da Silva. A Girando Sol faturou seu 20º Carrinho, desta vez como Melhor Fornecedor de Amaciantes. "Guardamos os troféus com carinho e temos a Agas no coração por sermos reconhecidos tantas vezes. Retribuímos com trabalho, garantia de qualidade e preço justo", destacou o presidente Gilmar Bourscheid.

Espaço na gôndola

A Fröhlich quebrou hiato de 16 anos para voltar a receber o prêmio de Melhor Distribuidor do Ano. "Prezamos desde o minimercado até os hipermercados, pois o nosso consumidor merece o melhor alimento possível", sintetizou o presidente Lauro Fröhlich. O diretor de Vendas e Marketing da Eletrofrio (Melhor Fornecedor de Equipamentos), Roberto Weidner, enfatizou a pujança da empresa: "Temos 69 anos de história em Curitiba, com duas unidades em Londrina e 1.200 funcionários". Para a Melitta (Melhor Fornecedor de Cafés), o Carrinho mostra que o trabalho está no caminho certo. "O autosserviço é o grande canal de vendas para os nossos produtos", comentou o gerente de Vendas Jandir Collatto.

Duas cooperativas gaúchas também são tradicionais vencedoras. A Piá ganhou na categoria Melhor Fornecedor de Iogurtes. "Somos líderes estaduais no segmento, com ampla vantagem sobre o segundo colocado", lembrou o presidente Gilberto Kny. A Santa Clara subiu ao palco como a Melhor Fornecedora de Queijos. "O supermercadista nos dá espaço na gôndola e o consumidor percebe a qualidade do nosso produto, dando retorno à loja", sintetizou o diretor administrativo e financeiro, Alexandre Guerra.

Na catarinense Seara (Melhor Fornecedor de Congelados), a crise nem apareceu. "Investimos em inovação e em ações no PDV e a aceitação foi muito boa, num mercado exigente", reconheceu Ricardo Oltramari, diretor de Vendas da regional Sul. Na paranaense Sepac (Melhor Fornecedor de Papéis), vencer foi um orgulho. "Construímos uma grande parceria", disse o gerente regional de vendas, Osvaldo Ramos Jr. A Parati creditou ao seu *mix* diferenciado o prêmio de Melhor Fornecedor de Sucos em Pó, com a marca Trink. "Temos sabores que a concorrência não oferece, com as melhores matérias-primas e tecnologias", apontou o gerente de Vendas Eloir Chemin.

Personalidades homenageadas

Em sua 32ª edição, o Carrinho Agas fez homenagens aos experientes, aos jovens e a quem dá exemplo salvando vidas e cuidando do social. Conheça um pouco da história dos vencedores nas categorias Homem Público Destaque do Ano (Pedro Simon), Empresário do Ano (Jorge Buneder), Gerente Destaque do Ano (Sílvio Santos), Destaque Político Agas Jovem (Any Ortiz) e Reconhecimento Agas (Diza Gonzaga – Fundação Thiago de Moraes Gonzaga).

Cassius Souza/Ages

Pedro Simon (Homem Público Destaque do Ano)

Reserva moral na política

O advogado Pedro Simon, 85 anos, recebeu da Agas o troféu de Homem Público Destaque do Ano por sua trajetória na política brasileira, iniciada em 1958, como vereador em sua cidade natal, Caxias do Sul. Ex-ministro da Agricultura, quatro vezes eleito deputado estadual, governador do Estado entre 1986 e 1990 e senador por três mandatos consecutivos, sempre pelo PMDB, o descendente de libaneses recebeu o prêmio das mãos do governador José Ivo Sartori, do presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, e do presidente da Fecomércio-RS, Luiz Carlos Bohn. Segundo Longo, o homenageado "é um dos maiores nomes da história recente da política brasileira, uma espécie de reserva moral do segmento".

Pai do deputado estadual Tiago Simon e também de Tomáz, Pedro e Mateus (falecido), viúvo de Tânia Simon e hoje casado com Ivete, Pedro Simon é um defensor da democracia e da ética no Poder Público. Na vice-presidência de seu partido, coordenou o movimento das Diretas Já, em 1984. Foi também coordenador e membro titular da comissão parlamentar mista de inquérito que levou ao processo de *impeachment* do presidente Fernando Collor em 1992, sendo escolhido a seguir como líder do governo Itamar Franco no Senado Federal.

Ao receber seu troféu, disse que o país vive um momento complexo. "Passei o ano percorrendo o país, falando especialmente com a mocidade, do Amazonas ao Rio Grande do Sul. Percebo que a nação busca seu destino e estamos no início de uma nova sociedade", declarou. "É importante que os ladrões sejam conduzidos para a cadeia, não importa que sejam grandes empreiteiros, presidentes do Legislativo ou de algum partido. O Brasil terá uma realidade mais ética e digna depois de tudo, consolidando-se como o maior produtor agrícola do mundo, com as maiores reservas de terra, impondo-se ao respeito."

Jorge Luiz Buneder (Empresário do Ano)

Empreendedor com visão social

O Empresário do Ano recebeu seu troféu das mãos do presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, e do presidente da Federação das Indústrias do RS, Heitor Müller. Formado em Administração de Empresas, diretor-presidente da Stemac (a maior empresa de geração de energia da América Latina), Jorge Luiz Buneder preside também o Conselho de Cidadania da Fiergs, sendo idealizador e fundador do Banco de Alimentos e criador do Projeto dos Bancos Sociais. Para Longo, "é um exemplo de empreendedor e de cidadão, que mostra uma preocupação social que deve permear toda e qualquer atividade".

Em seu pronunciamento no Carrinho, Buneder compartilhou o prêmio com a diretoria e colaboradores da Stemac, com a esposa, Luísa, e em especial com o irmão João Luiz, com quem compartilha somados 91 anos de experiência na empresa. Ele parabenizou a Agas por seu posicionamento em favor de ações de responsabilidade social, em convênio com o Banco de Alimentos. "Temos potencial multiplicador para amenizar o sofrimento de milhares de pessoas, transformando o desperdício em benefício social. Nas recentes cheias, ajudamos a aplacar a angústia dos flagelados com a distribuição de 125 toneladas de alimentos. Os supermercados se incorporaram à campanha e assim pudemos realizar esse maravilhoso trabalho", comentou.

O industrial acredita que, com muita dedicação, o país superará as dificuldades e desafios econômicos. "Se há crise, temos de trabalhar mais. Me identifico com o setor supermercadista e acompanho o seu crescimento ao longo dos anos. Seus líderes são inovadores e investem no próprio negócio. O autosserviço daqui nos incentiva a fornecer cada vez mais melhores equipamentos, oferecendo segurança aos alimentos disponibilizados para os consumidores", finalizou.

Diza Gonzaga (Reconhecimento Agas pela Fundação Thiago de Moraes Gonzaga)

A missão de preservar vidas

Diza Gonzaga subiu ao palco no Carrinho Agas pelo trabalho exercido no comando da Fundação Thiago de Moraes Gonzaga e do programa Vida Urgente, que têm como missão preservar e valorizar a vida, desenvolvendo a humanização no trânsito por meio de programas educativos, culturais e informativos direcionados a crianças, adolescentes, jovens e adultos. "Agradeço à Agas, a seus associados e a todos os fornecedores aqui presentes. Com certeza, este prêmio renova nossas energias para continuarmos nessa caminhada", afirmou na ocasião.

A entidade foi criada em 13 de maio de 1996 pelo casal Régis e Diza Gonzaga, após a perda de seu filho Thiago. Ele havia completado 18 anos uma semana antes da madrugada de 20 de maio de 1995, quando, ao voltar de uma festa, o carro em que estava de carona chocou-se contra um contêiner em uma rua de Porto Alegre. A partir do sofrimento da perda, os pais de Thiago decidiram que deveriam surgir ações de prevenção para que esses fatos não se repetissem.

Ela recebeu o troféu das mãos do prefeito da capital, José Fortunati, do desembargador do Tribunal de Justiça do RS (TJ-RS), Francisco Moesch, e do presidente da Agas, Antônio Cesa Longo. De acordo com o supermercadista, o troféu homenageia o trabalho preventivo que já salvou milhares de vidas, "e que está ligado ao setor de supermercados, já que temos a responsabilidade imprescindível de comercializar bebidas alcoólicas somente aos maiores de 18 anos", lembrou. Hoje, o Vida Urgente encontra ressonância nas famílias, escolas, empresas, órgãos públicos, enfim, em toda a comunidade gaúcha, com reflexos operativos em outros estados brasileiros e, também, em outros países.

Sílvio Santos, da Vinícola Aurora (Gerente Destaque do Ano)

Trabalho com intensidade

Natural de Porto Alegre, casado e pai de duas filhas, de 23 e 19 anos, o vencedor do prêmio Gerente Destaque do Ano é Sílvio Santos Martins, da Cooperativa Vinícola Aurora, onde ele atua desde 2004. "Foi uma noite inesquecível, não esperava tamanha honraria. Sempre fiz tudo com muita intensidade e o Carrinho me traz uma grande responsabilidade e me motiva cada vez mais a garantir produtos de qualidade, com entrega correta e preço justo", declarou, após receber o troféu entregue pelo presidente da GS1 Brasil, João Carlos de Oliveira. "Nos reinventamos para cativar os clientes."

Santos começou a carreira no ramo farmacêutico, transferindo-se para a multinacional de bebidas Ambev em 1997. A chegada na Aurora provocou uma identificação com o cooperativismo. "O modo de trabalho valoriza muito o ser humano", diz. Como gerente comercial, ele lidera uma equipe de oito representantes que atende todo o RS. Além dos representantes, a filial de Porto Alegre dá apoio nas vendas e três supervisores avaliam ações de *merchandising*, vendas e *on-trade*. "Uma das características de meu trabalho é o gerenciamento compartilhado. Com a parceria dos supermercadistas, conseguimos atingir os resultados, não nos acomodando com o cenário econômico", explica.

Conforme o homenageado, o segredo das boas vendas depende de inovação, campanhas e ações promocionais no PDV. O autosserviço responde por 80% dos produtos comercializados da Aurora, marca presente em estabelecimentos de todos os portes no Estado. "Nos últimos 11 anos, conseguimos ter melhor distribuição de nossos produtos, conquistamos novos pontos de venda e, assim, aumentamos nossa fatia de mercado onde há concorrência forte", acrescenta.

Any Machado Ortiz (Destaque Político Agas Jovem)

Líder disposta a aprender

A deputada estadual de 32 anos recebeu o troféu inédito das mãos do presidente do Agas Jovem, Matheus Viezzer, e do presidente nacional do seu partido (PPS), Roberto Freire. Nas palavras de Viezzer, Any Ortiz é uma jovem líder que, assim como os iniciantes no autosserviço, está disposta a aprender e com muita vontade de contribuir.

O presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, ressaltou o contraste entre o início da carreira de Any e a experiência de Pedro Simon. "Buscamos bons exemplos que inspirem novas lideranças, sejam públicas ou privadas. Incentivamos a formação de líderes de classe, assim como queremos oportunizar novos ares na política brasileira", pontuou. Advogada, natural de Canoas, ela é uma defensora da igualdade de direitos e do empreendedorismo.

Sobrinha de Antônio Ortiz Romacho, proprietário dos supermercados Asun e diretor da Agas, ela também já vivenciou o cotidiano do autosserviço, com pequeno estabelecimento no bairro São João. "É uma honra para mim ser agraciada, estimula meu trabalho no Legislativo e me dá a certeza de que estou no caminho certo, ainda mais por ser homenageada com um guardião dos valores republicanos e defensor incansável da moralidade e da ética, o ex-governador Pedro Simon", comemorou.

Na opinião da deputada, chegou a hora de a juventude assumir o seu protagonismo no campo político. "Somos otimistas em relação ao futuro, mas precisamos de coragem e responsabilidade. É o momento em que todas as pessoas de bem precisam se colocar firmes e fortes em favor do Rio Grande", falou. Ela reconhece que a classe política está desacreditada, tendo em vista os casos repetidos de corrupção, mas reforça: "Ou reagimos ou perecemos".

Ganhadores do Carrinho Agas

Noite de gala dos fornecedores e supermercadistas atraiu mais de 900 pessoas à Casa NTX, em Porto Alegre, quando 36 prêmios foram entregues

Melhor Fornecedor de Achocolatados

Nestlé

Melhor Fornecedor de Amaciantes

Girando Sol

Melhor Fornecedor de Artigos de Higiene e Beleza

Unilever

Melhor Fornecedor de Artigos de Higiene Oral

Colgate

Melhor Fornecedor de Balas e Doces

Mondelez

Melhor Fornecedor de Biscoitos

Orquídea

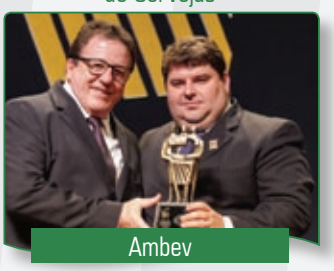
Melhor Fornecedor de Cafés

Melitta

Melhor Fornecedor de Carnes

Best Beef

Melhor Fornecedor de Cervejas



Ambev

Melhor Fornecedor de Chocolates

Neugebauer

Melhor Fornecedor de Congelados

Seara

Melhor Fornecedor de Equipamentos

Eletrofrio

Melhor Fornecedor de Erva-Mate

Ximango

Melhor Fornecedor de Espumantes

Coop. Vinícola Garibaldi

Melhor Fornecedor de Fraldas e Descartáveis

Procter & Gamble

Melhor Fornecedor de Iogurtes

Cooperativa Piá

Melhor Fornecedor de Logística

Reiter Log

Melhor Fornecedor de Massas

Isabela

Melhor Fornecedor de Não Alimentos

Tramontina

Melhor Fornecedor de Pães Congelados

Superpan

Melhor Fornecedor de Pães Industrializados

Bimbo

Melhor Fornecedor de Papéis

Sepac

Melhor Fornecedor de Queijos

Cooperativa Santa Clara

Melhor Fornecedor de Refrigerantes

Vonpar/Coca-Cola

Melhor Fornecedor de Sucos em Pó

Parati

Melhor Fornecedor de Sucos Prontos

Suvalan

Melhor Fornecedor de Vinhos

Vinícola Aurora

Melhor Promoção Comercial da Expoagas 2015

Mili

Lançamento de Produto do Ano Setor Mercearia

Antitranspirante Compacto Unilever

Lançamento de Produto do Ano Setor Perecíveis

Pão Santa Massa

Distribuidor do Ano

Fröhlich

Gerente Destaque do Ano

Sílvio Santos Martins
Vinícola Aurora

Reconhecimento Agas

Fundação Thiago de Moraes Gonzaga

Destaque Político Agas Jovem

Any Ortiz
Deputada Estadual

Empresário do Ano

Jorge Luiz Buneder
Stemac

Homem Público Destaque do Ano

Pedro Simon

Momentos marcantes

Fotos: Cassius Souza/Agas

A noite do dia 30 de novembro foi de muitas emoções. Confira *flashes* de alguns momentos da grande festa do Carrinho Agas

CALENDÁRIO DE EVENTOS 2016

FEVEREIRO

23 – 3ª feira
9º GP DE KART
EM VIAMÃO

MARÇO

08 – 3ª feira
JANTANDO COM A AGAS
EM PELOTAS

ABRIL

13 – 4ª feira
RANKING AGAS
EM PORTO ALEGRE

27 E 28 – 4ª e 5ª feira
CONVENÇÃO REGIONAL
EM SANTA MARIA

MAIO

17 – 3ª feira
JANTANDO COM A AGAS
EM NOVO HAMBURGO

JUNHO

14 – 3ª feira
JANTANDO COM A AGAS
EM LAJEADO

JULHO

16 – Sábado
ENCONTRO DE DIRETORIA E REPRESENTANTES AGAS
EM GRAMADO

AGOSTO

23 A 25 – 3ª a 5ª feira
EXPOAGAS 2016
NO CENTRO DE EVENTOS DA FIERGS EM PORTO ALEGRE

OUTUBRO

26 E 27 – 4ª e 5ª feira
CONVENÇÃO REGIONAL
EM TRAMANDAÍ

NOVEMBRO

28 – 2ª feira
CARRINHO AGAS
EM PORTO ALEGRE

* Datas sujeitas a alterações.

Informações: eventos@agas.com.br | (51) 2118.5200

Siga a AGAS nas redes sociais:

facebook.com/portalAGAS twitter.com/portalAGAS instagram.com/portalagas

AGAS
ASSOCIAÇÃO GAÚCHA DE SUPERMERCADOS

carrinhoagas2015

30 XIMANGO

Em cada conquista, um novo desafio.

CARRINHO AGAS 2015

MELHOR FORNECEDOR ERVA MATE 2015.

Ao completar 30 anos, a Ximango orgulha-se dessa conquista e a divide com seus parceiros, fornecedores e colaboradores.

ERVA-MATE Chimarrão XIMANGO

· DESDE 1986 ·

www.ximango.com.br

GUIA DE FORNECECORES

AGAS
ASSOCIAÇÃO GAÚCHA DE SUPERMERCADOS

A AGAS apresenta uma listagem de empresas dedicadas ao abastecimento de lojas de autoserviço, comprometidas com a qualidade no atendimento e nos produtos oferecidos.

ALIMENTOS

Bretzke Alimentos

Bretzke Alimentos

Localização
Rua Carlos May, nº 320
Baependí - Jaraguá do Sul - SC

Fone
(47) 3274.2021

Email
contato@bretzke.com.br

Site
www.bretzke.com.br

Delícia do Nordeste Ltda.

Produtos Delícia do Nordeste Ltda – ME

Localização
Maria Luiza de Campos, nº 258
São Paulo - SP

Fone
(11) 4186.4516

Email
deliciadonordeste@terra.com.br

Site
www.deliciadonordeste.com.br

Superpan

Panifício Superpan Ltda.

Localização
Rua Afonso José da Silva, nº 300
Viamão - RS

Fone
(51) 3493.1320

Email
superpan@superpan.com.br

Site
www.superpan.com.br

BISCOITOS

Orquídea

Tondo S/A

Localização
Rua Joaquin Tondo, nº 710
Caxias do Sul - RS

Fone
0800 51 38 88

Email
sac@orquidea.com.br

Site
www.orquidea.com.br

CARNES

Orus Brasil Promoção de Produtos

Orus Brasil Promoção de Produtos

Localização
Av. Benno Mentz, 1647 - Vila Ipiranga
Porto Alegre - RS

Fone
(51) 3372.8577

Email
orusbrasil@orusbrasil.com.br

Site
www.orusbrasil.com.br

EMBALAGENS

Toyz Propaganda

Toyz Propaganda Ltda.

Localização
Júlio de Castilhos, nº 1335, Sala 202
Centro - Encantado/RS

Fone
(51) 3751.1544

Email
contato@toyz.com.br

Site
www.toyz.com.br

FARINÁCEOS

Orquídea

Tondo S/A

Localização
Rua Joaquin Tondo, nº 710
Caxias do Sul - RS

Fone
0800 51 38 88

Email
sac@orquidea.com.br

Site
www.orquidea.com.br

HORTIFRÚTI

Silvestrin Frutas

Silvestrin Frutas LTDA.

Localização
VRS 813 - Km 2,0 - São Luiz - 3º Distrito
Farroupilha - RS

Fone
(54) 2109-3555 - (54)2109-3556

Email
matriz@silvestrin.com

Site
www.silvestrinfrutas.com.br

LATICÍNIOS E FRIOS

Orus Brasil Promoção de Produtos

Orus Brasil Promoção de Produtos

Localização
Av. Benno Mentz, 1647 - Vila Ipiranga
Porto Alegre - RS

Fone
(51) 3372.8577

Email
orusbrasil@orusbrasil.com.br

Site
www.orusbrasil.com.br

MASSAS

Orquídea

Tondo S/A

Localização
Rua Joaquin Tondo, nº 710
Caxias do Sul - RS

Fone
0800 51 38 88

Email
sac@orquidea.com.br

Site
www.orquidea.com.br

PADARIA

Orquídea

Tondo S/A

Localização
Rua Joaquin Tondo, nº 710
Caxias do Sul - RS

Fone
0800 51 38 88

Email
sac@orquidea.com.br

Site
www.orquidea.com.br

Superpan

Panifício Superpan Ltda.

Localização
Rua Afonso José da Silva, nº 300
Viamão - RS

Fone
(51) 3493.1320

Email
superpan@superpan.com.br

Site
www.superpan.com.br

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Orus Brasil Promoção de Produtos

Orus Brasil Promoção de Produtos

Localização
Av. Benno Mentz, 1647 - Vila Ipiranga
Porto Alegre - RS

Fone
(51) 3372.8577

Email
orusbrasil@orusbrasil.com.br

Site
www.orusbrasil.com.br

Toyz Propaganda

Toyz Propaganda Ltda.

Localização
Júlio de Castilhos, nº 1335, Sala 202
Centro - Encantado/RS

Fone
(51) 3751.1544

Email
contato@toyz.com.br

Site
www.toyz.com.br

Unicontrol – Controle de Pragas

Unicontrol Controle de Pragas Ltda.

Localização
Rua Missões, nº 110 - Mathias Velho
Canoas - RS

Fone
(51)3032.3232

Email
comercial@unicontrol.net.br

Site
www.unicontrol.net.br

MATINAIS

Bretzke Alimentos

Bretzke Alimentos

Localização
Rua Carlos May, nº 320
Baependí - Jaraguá do Sul - SC

Fone
(47) 3274.2021

Email
contato@bretzke.com.br

Site
www.bretzke.com.br

ANUNCIE NO GUIA DE FORNECEDORES 2016

Contate o Departamento Comercial da AGAS e insira sua marca no Guia de Fornecedores Online e na agenda de contatos dos supermercados Gaúchos.

DEPARTAMENTO COMERCIAL AGAS
comercial@agas.com.br
(51) 2118.5200

Os italianos da Cavalhada

A empresa familiar Super Davi, que tem 1.000m², surgiu de um pequeno armazém e já conta com 27 anos de história

O super Davi (pronuncia-se Dávi), localizado no bairro Cavalhada, em Porto Alegre, foi o 7º colocado em faturamento por *check-out* no último Ranking Agas. Forte no açougue e com clientela cativa em cartão próprio, integra a Rede GrandeSul. O empreendimento, administrado pelos irmãos Jurandir, Juarez e o primo Olir, fez como grande parte dos congêneres: nasceu pequeno e foi crescendo junto com a comunidade do entorno, graças ao trabalho constante e à visão de futuro da família de origem italiana.

Experiência em varejo não faltava aos primos Jurandir e Olir quando, em maio de 1988, eles decidiram alugar e gerir em sociedade um pequeno armazém ao lado do Açougue do Kiko, na avenida Juca Batista. O primeiro tinha trabalhado como supridor e açougueiro em um mercado, onde o segundo também havia sido funcionário. Inicialmente, a área de vendas era de 25m², com prateleiras, balcão e duas mesas na rua para acolher clientes interessados em tomar uma cerveja.

"O negócio foi crescendo e alugamos o açougue. Posteriormente, o compramos. Mais adiante, adquirimos terrenos adjacentes e fomos construindo. A maioria do comércio funciona assim", conta Jurandir. Na tarefa de patrão, ele conta que foi um desafio aprender a lidar com os fornecedores e descobrir os melhores atacados, porque o tamanho da loja o impedia de comprar direto. Nesse período, agregou-se aos sócios o irmão Juarez.

O Davi conta hoje com oito *check-outs* e 62 funcionários. Sua área de vendas é de 1.000m² e seu crescimento em 2014 foi de 10,7%. Por *check-out*, o faturamento é o sétimo melhor no

Divulgação/Super Davi

Rio Grande do Sul. "Talvez tenhamos atingido o resultado por não termos mais caixas", brinca Jurandir. Algumas mudanças em exposição de produtos, consultando a concorrência e lojas de referência na cidade, também ajudaram. "Temos nosso jeito de trabalhar, todavia, e acreditamos que se vem dando certo não é preciso alterar muito", pontua.

Segundo o administrador, é fundamental oferecer bom atendimento ao cliente, além do preço vantajoso e dos produtos de boa procedência. "Nosso açougue é um dos mais comentados e responde por 28% das vendas", diz. Outro segredo de sucesso é saber comprar as mercadorias na quantidade necessária ao giro dentro de sua validade, porque as compras de supérfluos e em volume diminuem com a instabilidade econômica. "Depósito bem organizado também é prioridade", ensina. Com cartão próprio e consumidores em sua maioria da classe B, o supermercado abre aos domingos há dois anos. Como entraves ao desenvolvimento, o empresário cita os impostos, as leis trabalhistas e os gastos com segurança privada.

ALVEJANTE SEM CLORO (TIRA MANCHAS), LAVA ROUPAS LÍQUIDO E AMACIANTES.

O trio imbatível da Girando Sol para o cuidado das roupas: Limpeza, maciez e perfume.

PRODUTOS DE LIMPEZA

Girando SOL®

A gente leva felicidade para sua casa!

www.girandosol.com.br
Fone: (51) 3716-9400

A melhor relação custo benefício é a confiança!

CBS Néctar na versão maçã

A marca CBS aproveita o verão para lançar o novo sabor na sua linha de sucos prontos: CBS Maçã. Uma das marcas mais vendidas no estado, apresenta o produto em embalagem de um litro e 200ml, agregando mais uma opção em sua linha, que conta com os sabores uva, laranja, abacaxi, maracujá, tangerina, pêssego e limão. A marca está no atacado e no varejo desde 1975.

FRITZ & FRIDA Novas embalagens no mercado

Três produtos da Fritz & Frida, marca da Fröhlich, ganharam novas embalagens: o Amido de Milho e as pipocas de micro-ondas nos sabores Manteiga e Doce. O Amido de Milho chega às prateleiras em caixas de 200g e 500g e pacote de 1kg, com nova programação visual e destaque para a cor amarela. As pipocas Manteiga e Doce, em embalagens de 100g, destacam as cores azul e rosa, para facilitar a visualização no PDV.

PIÁ Iogurte grego e manteiga

Depois de quase 15 anos, a Cooperativa Piá retomou a produção de manteiga. Os potes chegam ao mercado com 200 gramas, nas opções com e sem sal. A expectativa é de uma comercialização de 300 mil potes por mês. A cooperativa também lançou a embalagem econômica de seu iogurte grego, Yos, com uma bandeja com seis copos de 90 gramas cada, nos sabores Morango e Tradicional.

MILI Toalha umedecida para *kit* de viagem

As toalhas Mili Vita são opções para *kits* de viagem do turista de aventura. Mais espessas, macias e desenvolvidas com aloe vera e glicerina, que é um agente umectante e ajuda na hidratação da pele. O produto está acondicionado em embalagens *flowpack*, facilitando o uso domiciliar e também o porte em bolsas de viagens. O turismo de aventura é um segmento que cresce entre 15% e 25% a cada ano.

Desejamos um Ano Novo de novas conquistas!

Que 2016 seja mais um ano de trabalho conjunto, que traga felicidade e prosperidade. Muito mais que uma parceria, buscamos realizar grandes ações para consolidar bons negócios!

LANGUIRU

www.languiru.com.br

60 anos

Alimentando gerações

HERCOSUL Novos sachês da Primocão e Primogato

A Hercosul lançou novos sachês da ração Primogato Premium e Primocão Premium, desenvolvida para os *pets* mais exigentes. O alimento contém pedaços de carne moída no molho, sem conservantes e sem aromas artificiais. A ração possui uma fórmula inovadora e balanceada, com todos os nutrientes necessários para manter o cão ou gato saudável. Os sachês contêm uma refeição completa e pronta, e o alimento é cozido a vapor em equipamentos especializados.

BOM PRINCÍPIO Novo pepino com menos sódio

A Bom Princípio Alimentos lançou os Pepinos em Conserva com 50% de redução de sódio, se comparados ao tradicional. A nova opção visa à alimentação saudável e mais equilibrada, com menos consumo de sódio. Para essa diminuição, o sal de cozinha comum foi substituído pelo sal marinho, que possui um baixo teor de sódio, acrescido de temperos e ervas que garantem o sabor tradicional da marca.

AURORA Garrafas mais sustentáveis

Para atender às necessidades de respeito ecológico, a Vinícola Aurora começou a colocar a linha de vinhos finos Marcus James em embalagens mais sustentáveis. São ao todo oito novas garrafas da linha Ecova, 30% mais leves do que as tradicionais, sendo que seu processo de fabricação causa menos impactos à natureza.

TIROL Queijo em fatias agora em 400g

Interessada em cobrir novas demandas de mercado, a Tirol apresenta os queijos fatiados prato e mussarela em pacotes de 400g. O processo de produção é igual ao da versão de 150g, que possibilita as fatias soltas, sequinhas, consistentes e fáceis de serem retiradas. Além disso, as embalagens dos queijos fatiados possuem uma atmosfera que garante a conservação do produto e garante que as fatias não grudem.

e-Fecomércio.

A solução completa para você abrir a sua loja on-line.

Vantagens do e-Fecomércio:

- Planos com valores diferenciados;
- Mais de 130 recursos para alcançar seus objetivos em vendas pela internet;
- Integração com os Marketplaces: Walmart, Extra, MercadoLivre, Rakuten, Google Shopping, Uol Shopping, TrayShopping;
- Customização de identidade visual da loja virtual;
- Integração com vários meios de pagamento;
- Suporte para montar sua loja e instruções passo a passo.

Vantagens de ter uma loja virtual:

- Baixo custo de entrada;
- Baixo custo de manutenção: não precisa pagar aluguel, água, luz, telefone, comissão de vendas etc;
- Vendas para qualquer lugar do mundo e recebimento por cartão de crédito;
- Aberta 24 horas por dia, sete dias por semana.

ALGUNS RECURSOS DISPONÍVEIS:

CARRINHO ABANDONADO

Você vê as compras iniciadas e não finalizadas, podendo criar ações para recuperar o cliente ou dar uma atenção específica.

PERSONALIZAÇÃO 100%

Crie uma loja virtual com layout, cores, imagens, botões e outros elementos visuais, exatamente como você imagina. Tudo simples e intuitivo.

BUSCA FÁCIL GOOGLE

Sua loja será construída com as melhores práticas de SEO e seu projeto contará com ferramentas que facilitam a busca por sua loja no Google.

Acesse agora: www.e-fecomercio.com.br

Aqui você encontra todos os recursos, planos, valores e o passo a passo de como montar a sua loja.

Fecomércio RS
Sesc | Senac

De olho na concorrência

A pesquisa de preços junto aos concorrentes precisa ser estratégica para garantir eficiência à precificação e às campanhas promocionais da sua loja

Avalie com critério

O objetivo da verificação do preço adotado pelo seu concorrente é estabelecer uma política que mantenha a competitividade do seu empreendimento. Isso não significa que os seus preços devem ser sempre os mais baixos. Essa regra vale para competição entre iguais, mas pode não fazer sentido entre empreendimentos com propósitos distintos. É importante estabelecer qual é a característica da sua marca e o padrão do concorrente que você irá verificar. O consultor em varejo Rogério Machado explica que é importante entender o que é competitividade. "A pesquisa também pode ser aplicada para elevar preço e promover ganho de imagem", orienta. Se a sua loja oferece serviços ou um maior *mix* de produtos do que o concorrente, o preço dos seus produtos pode e deve ser diferenciado.

Identifique oportunidades

Com base na lista de produtos estabelecida e nos preços praticados pela concorrência para cada um dos produtos, verifique quais são as oportunidades que se encaixam no seu perfil de loja. O importante, nesta etapa, é definir quais são as possibilidades de adotar preços diferenciados para o seu *mix* de produtos, buscando abranger diversos segmentos de consumo. Isso requer, ainda, cálculos que servirão para indicar o desconto a ser concedido, considerando todo o faturamento composto pelo grupo de itens pesquisado.

Estabeleça uma política de preços

Antes de sair a campo, é importante que a empresa já tenha uma política de preços bem definida. Há redes, inclusive, que adotam como *slogan* a questão do preço, colocando-se como a opção de menor custo para o consumidor. Se a ideia é ter um preço imbatível, a pesquisa de preços praticados pelos concorrentes precisa ser feita com bastante rigor e frequência. Porém, mesmo para aqueles estabelecimentos que não seguem esse lema, ter um padrão definido quanto aos preços é fundamental para apontar diretrizes que devem ser seguidas pela empresa. "Um indicador importante é definir o percentual de diferença dos preços da sua loja em comparação com os concorrentes", pontua Machado. O empresário pode estabelecer a meta de adotar valores 5% mais baixos do que os da concorrência. Lembrando sempre do perfil da rede, essa distinção também pode ser para mais. Ou seja, o preço praticado pode ser definido em 5% acima do da concorrência.

©iStock.com/Fly Floor

Defina os produtos da pesquisa

A pesquisa de preços pressupõe uma composição de produtos a serem verificados, e essa escolha não pode ser aleatória. Machado salienta que a empresa deve pesquisar produtos de maior impacto de imagem de preço. Ou seja, aqueles serão os mais percebidos pelo seu cliente. Novamente, o posicionamento é um balizador da estratégia. "A equipe precisa eleger, de acordo com o posicionamento, os itens principais, que são os que o cliente vai acompanhar para verificar se a loja está com preços melhores ou não", sugere o consultor. Ele reforça que um indicativo que pode ser considerado é o da curva ABC. "Os produtos da linha A têm uma agressividade maior. Tecnicamente, representam 20% dos produtos da loja que respondem por 80% do faturamento."

©iStock.com/Sobertto

Mensure resultados

©iStock.com/Lmilian

Frequentemente, os valores praticados no mercado precisam ser avaliados e apurados para adoção de estratégias que fortaleçam seu poder competitivo. Além de definir uma rotina de trabalho vinculada ao estudo do preço dos concorrentes, mensurar os resultados obtidos com cada ação adotada aponta se a proposta foi bem cumprida e se atingiu os objetivos. A partir daí saem aprimoramentos e até novas oportunidades.

Adote ações estratégicas

É importante definir estratégias a partir dos dados obtidos. "A campanha pode ser de forma agressiva, mostrando a comparação do preço com o concorrente", aponta Machado.

A percepção de preço vantajoso para o cliente muitas vezes vem de uma noção mais psicológica, dependendo do que se mostra.

SmartClean Soluções

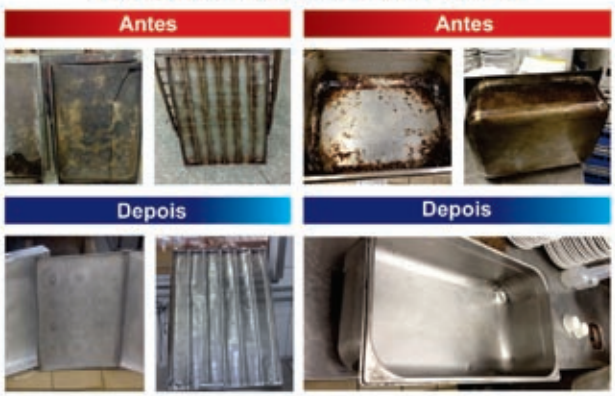
Higienização em Cozinha Industrial

Distribuidor exclusivo no Rio Grande do Sul da

RESTOCLEAN

Solução para higienização em Cozinha Industrial

Única solução que permite limpeza de Alumínio, Aço Inox, Ferro, Pratos de Porcelana, Vidro, Caixas de Plástico ou similares.



Para maiores informações: João Carlos
Fones: (51) 3102.5664 | (51) 9620.1304
E-mail: joao@smartcleansolucoes.com.br

"Com o sistema inovador da RESTOCLEAN, nosso pessoal da padaria/confeitaria consegue limpar as formas sem esforço e muito mais eficiência, o que antes não era possível. Com esse sistema limpar as formas hoje é uma realidade, além da economia que tivemos, estamos contribuindo com o nosso meio ambiente.
Eu recomendo a usar este sistema."

Sr. João Bastos da Silva
Gerente de Supermercado da loja Cooperativa Piá de Nova Petrópolis.

Capacitações na área de gastronomia e arte incluem as atividades da formação a partir de janeiro

Projeto Verão já está pronto para a temporada 2016

A partir de janeiro, tem início a sétima edição do Projeto Verão Agas, ação que realiza oficinas e cursos livres gratuitos para o público do litoral gaúcho. Em 2016, a carreta passa por sete balneários: Quintão, Pinhal, Cidreira, Imbé, Torres, Capão Novo e Atlântida Sul. No verão passado, mais de 1.500 pessoas participaram das 35 formações promovidas pelo Projeto Verão, em seis praias do Rio Grande do Sul.

A programação deste ano incluirá a oficina Sustentabilidade através de imagens, nas quartas-feiras, orientada pelo Estúdio Rainer Telini. As quintas-feiras serão destinadas à cozinha, com a oficina Receitas Deliciosas, ministrada pela Superpan. A Pedigree e a Whiskas darão dicas sobre benefícios e melhores produtos para os animais de estimação nas sextas-feiras, com a oficina Pet Day – um momento para o seu bichinho. No sábado, a Cooperativa Santa Clara ensina como preparar sanduíches *gourmet*. Devido ao sucesso dos anos anteriores, o Projeto Verão repete a Carreta Kids, que oferece oficinas e brincadeiras para o público infantil. Uma das atividades é a Escolinha do Chimarrão Schneider, na qual será ensinado como montar o chimarrão e tererê. Os horários das atividades vão das 19h às 21h.

A Cooperativa Santa Clara é a patrocinadora oficial do Projeto Verão Agas pela segunda vez, e, de acordo com a supervisora de Marketing da empresa, Kátia Dalcin, essa parceria é muito importante, pois entra-se em contato com os consumidores e há a oportunidade de mostrar os lançamentos da linha de laticínios. "Para a Santa Clara, estar presente no Projeto Verão é uma grande chance de apresentar as novidades no ambiente mais convidativo que o litoral representa", afirma Kátia. De acordo com a supervisora, a empresa convidou o *chef* Moisés Basso, que ensinará novos usos de um clássico da Cooperativa Santa Clara: o *Temper Cheese* no sanduíche e como molho na massa.

A capacidade de cada oficina é de 50 pessoas, a participação é gratuita e garantida por ordem de chegada. Para mais informações, ligue para (51) 2118-5200 ou (51) 9861-9626, ou contate o e-mail carreta@agas.com.br.

Cassius Souza/Agas

Janeiro

Quintão de 6/01 a 9/01
Pinhal de 13/01 a 16/01
Cidreira de 20/01 a 23/01
Imbé de 27/01 a 30/01

Fevereiro

Torres de 3/02 a 6/02
Capão Novo de 10/02 a 13/02
Atlântida Sul de 17/02 a 20/02

AGAS
ASSOCIAÇÃO GAÚCHA DE SUPERMERCADOS

PROJETO VERÃO
Escola Móvel

de olho no futuro
Seu Veículo de Capacitação Profissional

CONFIRA AS PARADAS E A PROGRAMAÇÃO COMPLETA DE 2016!

Janeiro

06 a 09	Quintão	Av. Sparta, nº 4717 - Estacionamento Asun Supermercados
13 a 16	Pinhal	RS 040 nº 1400 - Estacionamento do Supermercado Leve Mais
20 a 23	Cidreira	Estacionamento – Asun Supermercados
27 a 30	Imbé	Av. Beira Mar, S/ Nº - ao lado do DAER

Fevereiro

03 a 06	Torres	Av. Itapeva – ao lado da Praça XV Centro de Torres
10 a 13	Capão Novo	Av. Beira Mar - ao lado do Palcão
17 a 20	Atlântida Sul	Av. Saquarema S/N - Praça Central

Oficinas

Quartas-feira
Das 19 horas às 21 horas

SUSTENTABILIDADE ATRAVÉS DAS IMAGENS
Rainer Telini Branding Quality Led mostra como economizar apor meio de sistemas de iluminação de última geração - custos e benefícios. Aprenda como economizar através de comparativos de consumo entre um sistema e outro (lâmpadas incandescentes, compactas fluorescentes e leds).

Quintas-feira
Das 19 horas às 21 horas

RECEITAS DELICIOSAS COM SUPERPAN
Aprenda a fazer deliciosas receitas com a Superpan e surpreenda a sua família!

Sextas-feira
Das 19 horas às 21 horas

PET DAY - UM MOMENTO PARA O SEU BICHINHO
Dicas e informações sobre os benefícios e o melhor produto para o seu pet.

Sábado
Das 19 horas às 21 horas

SANDUÍCHES GOURMET COM SANTA CLARA
Deliciosos sanduíches de verão para disfrutrar nos melhores momentos com a família e amigos.

Carreta Kids

Sexta-feira
Das 14 horas às 16:30h

MASTER CHEFINHO AGAS - ESCOLINHA DO CHIMARRÃO SCHNEIDER
Nesta divertida oficina, as crianças aprenderão a preparar um delicioso Chimarrão e Tererê. Entenderão sobre as diferenças e os tipos de erva-mate e também sobre o processo de produção que deixa um chimarrão e tererê com sabor puro da tradição regional. Diversão pura para adultos e crianças.

INSCRIÇÕES NO LOCAL DE QUARTA A SÁBADO A PARTIR DAS 16 HORAS.

Patrocínio: Santa Clara desde 1912

Apoio: Água da Pedra, Oniz Distribuidora

Realização/Organização: AGAS Associação Gaúcha de Supermercados | Capacitação AGAS o futuro em todas as direções

Informações: carreta@agas.com.br - (51) 2118.5200 - (51) 9861.9626

GES

Gestão em Supermercados

ACESSE NOSSO SITE: WWW.AGAS.COM.BR

FACEBOOK.COM/PORTALAGAS TWITTER.COM/PORTALAGAS

TRANSFORME
PESSOAS EM RESULTADOS

OBJETIVO

Capacitar o segmento supermercadista, qualificando gestores de negócios para o desenvolvimento de mudanças organizacionais, envolvendo aspectos estratégicos de humanização, de ambiente e de processos.

METODOLOGIA

Aulas expositivas com ampla participação dos alunos, leituras direcionadas, atividades ao ar livre, estudo de casos, exercícios e atividades de campo como visitas a pontos-de-venda, indústria e centros de distribuição.

ABERTA MAIS UMA TURMA! FAÇA JÁ A SUA INSCRIÇÃO!

GES PORTO ALEGRE

- Data de início: **15 DE MARÇO DE 2016**
- Local: Sede da AGAS - Rua Dona Margarida - nº 320
  Bairro Navegantes - Porto Alegre/RS

INSCRIÇÕES:
ges@agas.com.br

INVESTIMENTO:
Associados AGAS: **6x de R$ 357,00**
Não associados: **6x de R$ 418,00**

INFORMAÇÕES:
(51) 2118.5200

CURSO LIVRE

REALIZAÇÃO/ORGANIZAÇÃO:

CAPACITAÇÃO AGAS
o futuro em todas as direções

AGAS
ASSOCIAÇÃO GAÚCHA DE SUPERMERCADOS

Formatura do GES Soledade reúne supermercadistas da região

Foi realizada, no dia 10 de novembro, a formatura do curso livre de Gestão Estratégica de Supermercados (GES) de Soledade, o último grupo do Estado a levantar o canudo. A turma de formandos era composta por 34 colaboradores de nove empresas baseadas em 13 cidades da região. A solenidade contou com a presença de integrantes da diretoria da Agas e do presidente da entidade, Antônio Cesa Longo.

Segundo a gestora de compras do Cotriel, de Espumoso, Suellen Soletti, o conteúdo do curso foi muito relevante, pois tratava de questões pontuais diárias do súper: "Já tenho uma graduação, mas esse curso foi único por abordar conhecimentos de que precisamos no dia a dia. A formatura também foi muito especial, representando o fechamento de um ciclo para todos".

O gerente de loja da Coagrisol, de Soledade, Diogo Castamann, afirma que o conteúdo do curso

Divulgação/Agas

foi inovador e pontual para o ramo: "Foram aulas excelentes que nos deixaram altamente capacitados para atuar melhor ainda dentro dos súperes".

O gerente da Rede Agro de Soledade, Auri Boff, foi o patrono do GES Soledade e comemora a conquista dos formandos: "Foi uma cerimônia muito bonita, na qual pudemos comemorar todos juntos essa caminhada. Fico muito lisonjeado em representar esta turma". O patrono afirma que a turma foi um grande exemplo e superou as expectativas para o curso.

Acolhedor e próximo do cliente

Rede se diferencia no contato com os clientes e mantém vivo o saudoso modelo de loja de bairro, mas que consegue oferecer tudo o que o consumidor procura com bom preço

A rede de supermercados Supper Rissul é jovem, tem 15 anos de mercado, mas já está consolidada como opção de compra dos gaúchos, principalmente, os que buscam um ambiente que ofereça um grande mix de produtos, porém mantendo as características de um estabelecimento de bairro. Ou seja, aquele que está próximo do consumidor tanto na localização quanto no atendimento prestado.

O Rissul é a marca do canal varejista da Unidasul Distribuidora Alimentícia S/A, empresa genuinamente gaúcha, que possui cerca de 6,4 mil funcionários. Atualmente com 40 lojas instaladas em 21 cidades gaúchas, o Rissul traz no seu nome os indícios da sua origem, uma homenagem a um moinho de arroz de mesmo nome. O crescimento mais acentuado começou a partir da fusão do Comercial Rissul com a Comercial Unida, em 2006. Foi a partir de então que a Unidasul começou um estudo amplo. Tanto a marca Rissul quanto a marca Unidão tinham o mesmo peso, e com base em pesquisas optou-se pelo nome Supper Rissul, por ser uma marca moderna e mais ligada à comunidade.

Após esta escolha, a Unidasul deu início ao trabalho de migração de marca. "Todas as lojas de bandeira Unidão passaram a ser Rissul", explica o gerente de Marketing, Rafael Lubini. Ele diz que a rede tem como principal diferencial o relacionamento com os consumidores. "O cliente percebe que a forma de tratamento é diferente nas nossas lojas, os funcionários têm uma receptividade maior, são atenciosos. Não é um atendimento frio", diz.

É principalmente por conta da forma de tratamento adotada pelos funcionários que o Supper Rissul consegue manter esse nível de atendimento, que deixa o cliente tão à vontade nas lojas da rede.

Divulgação/Rissul

Como estão perto do público, nos bairros, os estabelecimentos acabam se tornando vizinhos muito próximos desses consumidores, vínculo que a rede sabe explorar bem através do posicionamento: *Quem vive do seu lado, vive do seu jeito*.

Padronização até 2018

A virada do conceito e reposicionamento da marca Rissul começou em janeiro de 2013. O processo de padronização de *layout* e melhorias nas estruturas físicas e equipamentos das unidades deve ser concluído até 2018, conta Lubini. "Na padronização, buscamos incorporar a visão de marca. Como são lojas de bairro, a percepção da marca do consumidor é dada através do contato dele com o ponto de venda", define. "Nosso diferencial é o forte apelo de conveniência e os laços com a comunidade. No Rissul o cliente realiza suas compras de forma rápida e com um atendimento humanizado." Além do desafio da padronização, Lubini destaca que foram feitos investimentos em toda a cadeia de frio e o próximo objetivo é a troca de todas as antigas luminárias por lâmpadas de LED, para redução de consumo de energia.

Acendedores Paraná

A **MELHOR MANEIRA** DE COMEÇAR O SEU **CHURRASCO**

DISPLAY EXPOSITOR COM 10 CAIXAS DE 5 ACENDEDORES CADA

2em1
ECOLÓGICO
ACENDEDOR + FÓSFORO

EMBALAGEM ECONÔMICA COM 5 UNIDADES

CHAMA DURADOURA
+ DE 10 MINUTOS

Basta apenas **1** ACENDEDOR PARANÁ para acender um saco de carvão com **4kg**

1º FÓSFORO ECOLÓGICO do Brasil

NOVO e MELHOR

Palito especial produzido de madeira reflorestada de álamo
- Melhor acendimento;
- Maior resistência;
- Não deixa brasa.

(41) 3218.4600 | www.fobras.com.br | vendas@fobras.com.br

FoBras

Divulgação/Target Sistemas

A crise, o pequeno varejo e a teia do atacarejo

Rafael Rojas Filho Diretor da Target Sistemas

a crise se instalou, ocupando um espaço que nos dá a certeza de que a recuperação, quando se iniciar, será longa. Já passamos por várias outras crises, até muito piores que esta, acreditem. Mas os contextos sempre são únicos e, em cada um deles, diferentes ações e cuidados devem ser tomados. No cenário atual, temos um velho e frágil conhecido: o pequeno varejo, que se consolidou como opção de conveniência, começou a se profissionalizar, mas ainda está aquém do que o mercado exige. Hoje, ele passa novamente por apuros e vemos muitas portas baixando e centenas de placas de 'aluga-se' por ruas conhecidas pelo seu forte comércio.

Outro personagem não participou das crises anteriores: o atacarejo, que nasceu como *Cash & Carry* (modelo vitorioso em outros países), para ser mais uma alternativa de abastecimento ao pequeno varejista, principalmente o ambulante, ou os processadores de alimentos para reposição de algum produto com urgência. No entanto, ele foi ocupando novos espaços e atendendo também o consumidor final. Portanto, competindo com os mesmos clientes (o que jamais aconteceu nos países de origem).

A loja de vizinhança tem como diferenciais: atendimento, praticidade, *mix* adequado e proximidade. Traduzidos em uma palavra: conveniência. O consumidor ainda quer contar com este tipo de varejo, mesmo que pague um pouco mais, pois a soma dos benefícios faz sentido para ele. O varejista, porém, tem se deixado seduzir pela tentação de comprar alguns itens no atacarejo, buscando ofertas de preços – grande e único diferencial deste agente – imaginando estar mais competitivo no momento de crise. Grande e letal equívoco!

Sem informação segura, o varejista abandona sua loja (e o atendimento olho no olho), vai ao atacado mais próximo e volta com itens campeões de venda comprados com desconto e uma conta a pagar. Coloca esses itens nas gôndolas, corrompendo seu *mix* original e destacando a oferta, na expectativa de uma venda arrebatadora. No dia seguinte, percebe que seu capital de giro está reduzido pela compra de oportunidade que fez. Restrito, elimina alguns itens do *mix* oferecido pelo distribuidor, diminuindo o valor total do pedido. Em poucos dias, verifica que espaços vazios começam a surgir em suas gôndolas e que clientes procuram, sem encontrar, os itens de reposição que costumavam comprar em sua loja. Alguns o procuram para perguntar pelo produto A ou B, mas outros simplesmente vão embora, insensíveis aos ótimos preços dos produtos em oferta.

Sem entender, reduz mais os preços da promoção, pois precisa pagar o fornecedor que lhe ofereceu a ótima oportunidade. Mesmo que venda, agora sua rentabilidade está comprometida irreversivelmente, afinal, precisa fazer caixa para pagar as compras que fez. Até que descobre que os clientes não entram em sua loja buscando ofertas, mas, sim, uma reposição ágil e prática. Este consumidor não troca isso por alguns reais a menos, pois considera o conforto de resolver seu abastecimento em alguns minutos, muitas vezes se deslocando a pé.

Em momento de crise, valorizar o capital de giro do varejo de vizinhança não é oferecer alguns itens com desconto e ter ruptura em vários outros, mas garantir o sortimento, dando atenção especial ao atendimento e à praticidade. Ou aprende a fazer isso ou vai entrar para as estatísticas da crise.

CHEGARAM OS SACHÊS PRIMOCÃO.
SUAS VENDAS VÃO GANHAR MAIS FORÇA.

+ ENERGIA DISPOSIÇÃO

- Suculentos pedacinhos de carne moída ao molho
- Livre de transgênicos
- Sem conservantes
- Sem aromas artificiais
- Cozido a vapor
- Torna a pelagem saudável e brilhante
- Favorece o trato urinário saudável
- Fezes mais firmes

Apresentação: 100g

Entre em contato e encontre o distribuidor mais próximo a sua loja.

www.hercosulalimentos.com.br
hercosul@hercosulalimentos.com.br
facebook.com/Hercosul
Fone: (51) 3393-5900

HercoSul®

Menina dos olhos de muitos brasileiros, o famoso Whole Foods é uma rede de supermercados voltada para o consumo consciente

Um mercado para além das gôndolas

Bianca Alighieri, correspondente nos EUA

gôndolas em madeira escura, mercadorias metodicamente organizadas, iluminação amarela e em baixa intensidade, ar-condicionado ajustado para uma temperatura um pouco mais fria do que estamos acostumados. É nessa atmosfera intimista e aconchegante que o Whole Foods recebe seus clientes diariamente para uma experiência de compra que vai além do ato mecânico de encher o carrinho. Junte a isso o conceito de consumo sustentável e saudável que está presente em cada produto comercializado dentro das lojas: da banana de produtores locais às carnes de produtores que zelam pelo bem-estar animal, passando por roupas em algodão orgânico.

Achou muito? Tem mais. Dentro de algumas lojas Whole Foods, os clientes encontram bares para consumo de cervejas artesanais e restaurantes de comida *self-service* para ser degustada internamente ou, simplesmente, para levar para casa. Por tudo isso, o Whole Foods é hoje o mercado dos sonhos de muitos brasileiros que buscam um modo de vida menos invasivo ao meio ambiente e a si mesmo. Mas não são apenas os clientes que morrem de amores por esse mercado. Este é um modelo de varejo que desperta a simpatia (e a curiosidade) de muitos empresários supermercadistas.

Um nascimento sustentável

Tudo começou em Austin, capital do Texas, em 1980, para atender à necessidade da população local por produtos naturais em um momento em que o capitalismo e a oferta de produtos industrializados eram tendência. O que veio nos anos seguintes foi o aprimoramento de uma missão inicial que privilegia a agricultura local e busca minimizar o impacto do consumo no planeta. Assim, o Whole Foods gera o conceito de pessoas e planeta saudáveis. E aqui a ideia se aplica não apenas aos clientes, mas também aos funcionários.

EM ABRIL NO GRÊMIO NÁUTICO
UNIÃO EM PORTO ALEGRE

RANKING AGAS 2015

A SUPERFESTA DE PREMIAÇÃO QUE HOMENAGEIA AS EMPRESAS VENCEDORAS QUE SE DESTACARAM NO VAREJO GAÚCHO.

RESPONDA A PESQUISA ATÉ 28 DE FEVEREIRO, GANHE

01 CONVITE GRATUITO

PARA O EVENTO E FAÇA PARTE DO ÍNDICE AGAS.

SOLICITE O QUESTIONÁRIO POR EMAIL **RANKING@AGAS.COM.BR**

INFORMAÇÕES: (51) 2118.5200

PATROCÍNIO:

Nestlé Faz Bem · FRUKI Cola · Santa Clara desde 1912 · TRAMONTINA O prazer de fazer bonito.

REALIZAÇÃO/ORGANIZAÇÃO:

AGAS ASSOCIAÇÃO GAÚCHA DE SUPERMERCADOS

Em recente passagem pelo Brasil, o co-CEO da companhia, Walter Robb, revelou que os funcionários têm autonomia para criar e desenvolver o seu trabalho. O empresário, no ramo há 36 anos, afirma que esse estilo de negócio exige que se pense além dos lucros e, consequentemente, que se abra mão de algumas coisas. Por outro lado, permite que as pessoas cresçam na empresa e doem o melhor de si porque sentem que são importantes. Não é à toa que a rede figura há 18 anos na lista das 100 Melhores Empresas para Trabalhar, divulgada anualmente pela revista Fortune.

Capitalismo consciente

Ainda em sua passagem pelo Brasil, Walter Robb destacou o quão desconfiados os consumidores atuais são em relação às empresas e como os empresários podem mudar esse pensamento promovendo conexões entre as pessoas e oferecendo transparência nas informações. Foi seguindo esses preceitos que o Whole Foods tomou algumas iniciativas, como a instalação de bares e restaurantes no interior de suas lojas. Além disso, em 2011 foi criado o sistema Global Animal Partnership's (GAP) – 5-Step Animal Welfare Rating (*cinco passos de classificação do bem-estar animal, em tradução livre*). Desde então, todos os fornecedores de carne da rede são submetidos a uma criteriosa avaliação que qualifica o bem-estar animal – da criação ao abate. Ao final, eles recebem uma nota, de zero a cinco, que é divulgada junto ao produto para que sirva como mais um parâmetro

de escolha do cliente. Por exemplo, todos os perus comercializados nas lojas Whole Foods durante o feriado de Ação de Graças possuem no mínimo nota 1, isso significa que as aves nunca estiveram em gaiolas e foram criadas com cuidado e atenção. Atualmente, todas as carnes vendidas nas lojas da rede são provenientes de fazendas com certificação GAP. O conceito de capitalismo consciente seguido pela rede ganhou um novo capítulo no mais recente Natal, quando foi lançada a campanha *Uma árvore plantada para cada árvore vendida*. A ideia vem da tradição americana de cortar pinheiros, vendidos em supermercados, para usar como árvores de Natal.

Investimento nos fornecedores

É difícil imaginar como uma rede tão grande e com um negócio tão específico consegue encontrar fornecedores que compartilham da mesma missão. Para tanto, o Whole Foods possui o Local Producer Loan Program – um projeto de empréstimo a juros baixos para que pequenos produtores comprem animais, invistam em novos equipamentos e convertam suas produções para orgânicas.

A consolidação dos conceitos de saudabilidade e sustentabilidade conta ainda com a marca própria da rede chamada 365 Everyday Value, que possui preços mais acessíveis. Os números 365 agora nomeiam a nova bandeira da rede, que será lançada em 2016. Segundo Jeff Turnas, presidente da marca, a ideia é oferecer produtos frescos e saudáveis junto com tecnologia. "O preço é importante, mas não é a única coisa que interessa", afirmou no *blog* da companhia. A frase resume bem o espírito do Grupo. É um mercado que oferece ao cliente a possibilidade de levar uma vida mais saudável e menos agressiva ao meio ambiente.

Whole Foods em números

Em 2014, registrou US$ 14,2 bilhões em vendas, 10% a mais que no ano anterior

Conta com mais de 91.000 funcionários

Funcionários em tempo integral recebem, em média, US$ 19,16 por hora

Suas marcas próprias Whole Foods Market, 365 Everyday Value e Whole Catch contabilizam juntas 2.600 produtos orgânicos e naturais

Possui 434 lojas: 415 nos Estados Unidos, 10 no Canadá e 9 no Reino Unido

A AGAS ASSOCIAÇÃO GAÚCHA DE SUPERMERCADOS NAS REDES SOCIAIS

TWITTER

twitter.com/portalAGAS

Tweets rápidos dos principais acontecimentos diários da AGAS e do varejo gaúcho.

FACEBOOK

facebook.com/portalAGAS

Página com notícias do setor supermercadista, lançamentos de produtos e novidades dos eventos e cursos da AGAS.

INSTAGRAM

instagram.com/portalagas

Perfil com fotos referentes ao setor supermercadista e cobertura da Expoagas.

E FIQUE SABENDO DE TUDO QUE ACONTECE NOS SUPERMERCADOS GAÚCHOS!

ACESSE TAMBÉM NOSSO SITE:

www.agas.com.br

Divulgação Agergs

O papel das agências reguladoras

Alcebíades Adil Santini Presidente da Agência Estadual de Regulação dos Serviços Públicos Delegados do RS (Agergs)

O poder concedente, estado, município, etc., como órgãos representantes do governo, estabelecem políticas públicas em relação ao serviço concedido, definindo o tipo de serviço a ser prestado e a população atendida, bem como a qualidade do serviço e quem deverá financiá-lo. Nesta função, as leis ou normas emanadas dos órgãos governamentais têm a função de definir essas políticas e regulamentar o serviço concedido, cabendo a fiscalização intensiva do serviço, muitas vezes, ao órgão Gestor, como é o caso do RS. Por outro lado, cabe à Agência de Regulação, na forma da Lei nº 10.931/97, o papel de intermediação de conflitos entre os usuários e concessionários, entre estes e o Poder Concedente e ainda o papel de acompanhar e fiscalizar o serviço concedido buscando a eficiência produtiva com vistas à modicidade tarifária, ao atendimento da qualidade do serviço e ao justo retorno dos investimentos.

Nesta função, a agência de regulação busca acompanhar a execução dos serviços com a mínima assimetria de informações possível, visando estabelecer indicadores de qualidade e metas a serem atendidas, fixar as tarifas dos serviços de acordo com investimentos prudentes e custos eficientes, atendendo ao princípio da modicidade tarifária e do equilíbrio econômico e financeiro da concessão, com a máxima independência e autonomia, exercendo assim sua função como órgão de Estado e não de Governo. Os governos são transitórios e a Agergs é duradoura. Assim, ela existe para garantir contratos e serviços que ultrapassam vários mandatos e governos, visando a evitar interferências e oportunismos de parte a parte.

Por tratar-se de uma atividade recente em nosso país, a regulação ainda carece de uma maior compreensão de seu papel. Muitos entendem que uma lei geral das agências reguladoras deveria ser criada, outros que as agências reguladoras deveriam ser desvinculadas do Poder Executivo, para que pudessem ter maior autonomia e independência e alcançar maior efetividade nas ações regulatórias. O certo é que o conceito de Agência Reguladora é considerado moderno no mundo atual, mesmo com muitas deficiências; as agências reguladoras estão desenvolvendo trabalhos com maior rigor técnico e com maior transparência, através de realizações de audiências públicas, consultas públicas e respeitando os atores envolvidos (Estado, Concessionárias e Usuários) nas suas decisões.

Temos a consciência de que o papel das Agências Reguladoras é pouco conhecido pela sociedade consumista e pelos usuários. Os desafios das novas gestões e lideranças das Agências é torná-las mais conhecidas. Para tanto, é necessário colocar na pauta estratégica das Agências uma ação efetiva de política externa, com objetivo de valorização dos atores envolvidos e, principalmente, informando "quem é quem e quem faz o que" para os usuários. No caso da Agergs, o usuário poderá recorrer, em caso de conflitos, nas seguintes áreas: saneamento, energia elétrica, polos de concessões rodoviárias, hidrovias, irrigação, estações rodoviárias e transporte intermunicipais de passageiros.

Planeje a publicação de sua empresa

Publicações customizadas, impressas ou digitais, com conteúdo de interesse do seu público. Esta é a especialidade da **Temática Publicações**, que desenvolve projetos de jornalismo corporativo alinhados às demandas de cada empresa ou entidade. Pense na frente. Faça conosco seu orçamento para 2016.

- REVISTAS
- INFORMATIVOS
- CONTEÚDO PARA MÍDIAS SOCIAIS
- NEWSLETTERS
- MANUAIS DO COLABORADOR
- LIVROS COMEMORATIVOS
- RELATÓRIOS DE GESTÃO

temática publicações

(51) 3346-1194
www.tematica-rs.com.br
facebook/tematicapublicacoes
twitter/tematicarevista

Divulgação/Fundação Thiago Gonzaga

Para viver 18 é pouco

Diza Gonzaga Presidente da Fundação Thiago Gonzaga

quanto tempo dura a vida? Há quem morra sem ter vivido. Há os que a experimentam aos goles e os que mergulham na experiência de estar aqui por um curto período, como meu filho Thiago. Uma vida inteira teria sido pouco para ele, que, com 18 anos, foi borboletear longe de nós. Mas sua existência vai além do acidente de carro que o levou na madrugada de 20 de maio de 1995.

Aos 18 anos já sabia estudar. Já sabia escolher. Já sabia amar. Já experimentava ser livre. Assim que nasceu, foi convidado a viajar. Convidado a participar. Obrigado a se responsabilizar. Aos 18 anos meu filho Thiago teria uma vida inteira pela frente. Mas assim que "nasceu" o adulto, um acidente o levou.

Da vida interrompida na madrugada fria de maio nasceu a Fundação Thiago de Moraes Gonzaga, que trabalha há quase 20 anos para que vidas não sejam interrompidas e para mudar o fim de muitas histórias.

18 é pouco para viver. "Ser jovem não é fácil, principalmente na hora de escolher o caminho a seguir para a vida toda. Somos considerados adultos o suficiente para escolher uma profissão, mas para certas coisas como casar e até morar sozinho, ainda não."

Este é um dos escritos deixados pelo Thiago e, relendo seus pensamentos, de um jovem de quase 18 anos, vejo muito de nossa juventude, de nossos filhos. Tenho certeza de que muitos jovens ainda não estão prontos para escolher o melhor caminho. São de uma geração conectada, plugada, ligada, mas que nem sempre está preparada para a vida.

Nesses anos de caminhada com o Vida Urgente, contribuímos, estimulamos e vimos muitas mudanças acontecerem em nosso país: a aprovação do novo Código de Trânsito; a obrigatoriedade de equipamentos de segurança como o capacete, a cadeirinha para crianças, o uso do cinto de segurança e a aprovação da Lei Seca, que para nós é a Lei da Vida.

Mas ainda temos muito a conquistar. Os números do trânsito no Brasil ainda são de guerra e a vida de nossos jovens tem ficado pelo meio do caminho. Precisamos redobrar nossos esforços, pois a violência no trânsito não tem dado trégua e é a principal causa de morte de jovens no país.

18 é pouco... Queremos viver mais. A Fundação Thiago de Moraes Gonzaga precisa de você para continuar salvando vidas. Por tudo isso eu te convido, nos ajude a manter esse "exército" que salva vidas e juntos vamos construir um Brasil mais fraterno e um futuro onde os nossos filhos tenham o direito de ir e vir, sem que isso signifique ficar no meio do caminho.

Vem com a gente!
Vida Urgente, porque a vida é tudo!

História de luta contra a fome

De acordo com o Ministério do Desenvolvimento Social, 11 milhões de famílias vivem abaixo da linha da pobreza, e, segundo pesquisa do Ministério da Saúde, 1,13 milhão de crianças estão desnutridas no Brasil. O Banco de Alimentos trabalha há 15 anos para reverter esse quadro

O banco de Alimentos de Porto Alegre foi criado em 2000 para enfrentar a desnutrição e a miséria, ajudando os necessitados. A iniciativa veio do Conselho de Responsabilidade Social e Cidadania da Fiergs, e atualmente é referência nacional e internacional. A rede de bancos atende 34 municípios gaúchos e possui uma unidade no Rio de Janeiro. Durante esses 15 anos de trabalho, só na capital gaúcha já foram arrecadados 30 milhões de quilos de alimentos, em uma média de 250 toneladas por mês, beneficiando 254 instituições. Estas doações equivalem a 21 mil famílias com comida na mesa.

O trabalho do Banco facilita a captação de doações e a distribuição a quem precisa. Os alimentos são coletados pelos doadores ou podem ser entregues na sede da entidade (Av. Francisco Silveira Bitencourt, 1928) por quem se dispõe a colaborar também com essa logística. Depois são encaminhados para uma central de armazenamento, onde as nutricionistas do programa analisam e determinam os tipos de mantimentos necessários para cada instituição, além de verificar as quantidades e os valores nutricionais adequados. Por fim, a distribuição dos produtos é realizada nas instituições cadastradas.

O transporte das doações é feito por uma frota de veículos disponibilizada pelo Sindicato das Empresas de Transportes de Cargas do Rio Grande do Sul (Setcergs), que é responsável por toda a logística, controlando o recebimento, estoque e distribuição dos alimentos. Entre as entidades sociais atendidas pelo Banco estão creches, escolas, asilos, lares para pessoas com necessidades especiais e associações de bairros.

O projeto conta com a parceria das universidades Unisinos e UniRitter. Os estudantes de

Divulgação/Banco de Alimentos

nutrição, gastronomia, engenharia alimentar e serviço social realizam oficinas com as populações carentes, incentivando a alimentação saudável, e ensinam receitas com frutas, verduras e legumes. Além disso, os universitários contribuem na identificação da desnutrição, anemia ou obesidade dos beneficiados, encaminhando-os para tratamento.

As empresas podem atuar como mantenedoras (patrocinando a realização das atividades), como parceiras estratégicas (usando a sua especialidade para ajudar nas operações), doadoras de alimentos e ainda engajar seus colaboradores, promovendo ações para recolher alimentos dentro da empresa ou em atividades externas. As pessoas físicas também podem doar sem custos no site www.cliquealimentos.com.br, no qual os cliques são convertidos em alimentos pelos parceiros.

Além da gratificação por ajudar quem precisa, há outras bonificações aos doadores. As empresas que colaboram recebem o certificado de Empresa-Cidadã e podem divulgar as doações no seu balanço social. Há possibilidade ainda de incluir o selo do Banco de Alimentos nos seus materiais institucionais, canais de comunicação e informativos. Contatos pelo telefone (51) 3026-8020 ou pelo *e-mail* bancodealimentos@bancodealimentosrs.org.br.

expediente

Associação Gaúcha de Supermercados
Rua Dona Margarida, 320
CEP 90240-610
Porto Alegre/RS
Fone/Fax: (51) 2118-5200
www.agas.com.br
agas@agas.com.br

Presidente
Antônio Cesa Longo

Vice-presidentes
Ademar Pedro Cappellari
Augusto de Cesaro
Cláudio Zaffari
José Humberto Tischler
Sérgio Zaffari

Diretores
Ademir Gasparetto
Ana Saling
Antônio Alberto Righi
Antônio Ortiz Romacho
Cesion do Nascimento Pereira
Cláudio Ernani Neves
Cláudio Schwerz
Eduardo Cidade
Ezequiel Stein
Jairo Libraga
José Reni M. dos Santos
Leonardo Taufer
Lindonor Peruzzo
Luiz Carlos Carvalho
Manuel Ademir Pereira
Olirio Bortolon
Patrique Nicolini Manfroi
Paulo Fernando Pfitscher
Pedro Jacó Schneider
Raymundo Renero Beltrame Neto
Ugo Dalpiáz

Representantes junto à Abras
Antônio Cesa Longo
Cláudio Zaffari

Presidente do Agas Jovem
Matheus Viezzer

Gerente-Executivo
Francisco Miguel Schmidt

representantes

Alvorada
Luiz Antônio Oliveira
Cerealista Oliveira Ltda.

Cachoeirinha
Alceu Maggi Borges
Supermercado Maggi Borges Ltda.

Cachoeira do Sul
Paulo Tischler
Tischler & Cia Ltda.

Camaquã
Rosane Ávila Roxo
Roxo Atacado e Varejo Ltda.

Canoas
Sandro Formenton
Supermercados Formenton Ltda.

Carazinho
Leandro Alberto Rheinhermer
Coqueiros Supermercado Ltda.

Caxias do Sul
Ildemar José Bressan
Kastelão Com. de Prod. Alimentícios Ltda.

Getúlio Vargas
Arlei José Karpinski
Karpinski & Cia. Ltda.

Guaporé
Rodrigo Marin
Mercado Marin Ltda.

Montenegro
Marili Mombach
Supermercado Mombach Ltda.

Não-Me-Toque
Arthur Ribeiro Sobrinho
Cooperativa Tritícola Mista Alto Jacuí Ltda.

Panambi
Rudi Nei Schneider
Cotripal Agropecuária Cooperativa

Porto Alegre
Danilo Tiziani
Danilo A. Tiziani e Cia. Ltda.

Pelotas
Davi Treichel
Macro Atacado Treichel Ltda.

Santana do Livramento
José Luiz Righi
Righi Comércio de Gêneros Alimentícios Ltda.

Santiago
Luiz Brandão
Libraga, Brandão & Cia. Ltda.

Santo Ângelo
Gastão H. Weinert
Weinert & Cia Ltda.

São Luiz Gonzaga
Amaury André Feron
Feron & Terra Ltda.

São Marcos
Tânia Maria Ampessan Fochesato
Cooperativa Agrícola Mista Rio Branco Ltda.

Santa Cruz do Sul
Celso Müller
Miller Comércio de Alimentos Ltda.

Santa Maria
Sérgio Copetti
Supermercado Copetti Ltda.

São Paulo
Cláudia Sonda
Master ATS Supermercados Ltda.

Sarandi
Helvio Debona
Cooperativa Tritícola Sarandi Ltda.

Taquara
Ardi Deloi Müller
Supermercado Müller Ltda.

Uruguaiana
Ismael Ali Baklizi
Supermercado Baklizi Ltda.

Venâncio Aires
Daniel Lenz
Lenz e Cia. Ltda.

O REFRI QUE BATE A META ANTES DO FIM DO MÊS.

FRUKI GUARANÁ. REFRI DO JEITO QUE A GENTE É.

fruki.com.br facebook.com/frukiguarana

Para integrar a mesa dos gaúchos, a Santa Clara dedica às suas parcerias no mercado o mesmo carinho e cuidado com que produz seus sabores.

Obrigado, supermercadistas, por mais este Carrinho.

CARRINHO AGAS 2015

Santa Clara
desde 1912