

# BGA NOTÍCIAS

Ano 2 - n° 91 - novembro/dezembro 2024

Uma publicação da Bolsa de Grãos Alimentícios do Estado do Rio de Janeiro / BGARJ - Órgão de Utilidade Pública Federal (Decreto de lei n° 14271) e Municipal (Decreto de Lei n° 111/2002)

**‘Assim é Portugal’,  
um caso de sucesso**

**Genival Beserra, guru dos  
profissionais do varejo**

**ASSERJ prevê crescimento  
das vendas no Natal**

**Os efeitos das mudanças  
climáticas no agronegócio**

**As vantagens do marketing sazonal**

**Ceasa: expansão e ações  
de combate à fome**

**Impresso  
Especial**

050202208-6/20004 - ECT/DR/RJ  
Cliente

CORREIOS



# PRECISA DE UM ESPAÇO PARA O SEU EVENTO? TEMOS O LUGAR IDEAL PARA VOCÊ!



**ENTRE EM CONTATO E GARANTA JÁ O SEU.**

**ELIANA MARINHO** (Comercial) 21 98550 3583

**BEATRIZ CRUZ** (Marketing) 21 97338 0316

EDITORIAL

## Palavra do Presidente



elétrica no sexto andar de nossa sede administrativa. A mudança da Capela de Nossa Senhora de Fátima, que foi abençoada pelo Arcebispo Dom Orani Tempesta, e as reformas no teto do Salão Nobre, no Salão

Negro, na cozinha e no refeitório dos funcionários foram apenas alguns dos passos que demos para melhorar nossas instalações.

Estamos também quase finalizando a criação de uma sala de descanso para os funcionários, além da reforma do auditório de palestras do sexto andar, que acomoda até 240 pessoas, com pintura do teto e benfeitorias diversas.

**G**ostaria de aproveitar este espaço para agradecer os votos para minha recondução a mais um mandato à frente da diretoria da BGA. E expressar também minha gratidão à Diretoria Executiva, ao Conselho Consultivo e a todos os órgãos conjuntos, assim como aos nossos dedicados funcionários e colaboradores. Ao longo destes dois anos e oito meses à frente da BGA-RJ, tivemos a oportunidade de realizar um trabalho conjunto que resultou em grandes conquistas.

Graças ao comprometimento e à colaboração de cada um de vocês, conseguimos importantes êxitos na preservação do patrimônio da Bolsa, na renegociação de impostos atrasados e na legalização do fornecimento de água na sede campestre e energia

garantindo mais segurança e conforto em nossas áreas sociais. Também fizemos um aterro no estacionamento, beneficiando a todos que utilizam nossas instalações.

Apoiamos a feijoada beneficente da Loja Maçônica da Barra da Tijuca e a festa para 500 crianças, promovida pelo Fetranscarga. Representando a BGA-RJ, participamos de vários eventos, e fomos homenageados em Portugal por cinco municípios formadores da Associação Pinhal Maior. Participamos por dois períodos da feira Expo Food Trade Show, promovida pela ASSERJ no Riocentro, e já temos participação confirmada para o ano de 2025. Promovemos diversas rodadas de negócios, como as de queijos e vinhos, produtos de limpeza e uma feira do pequeno produtor em parceria com Pesagro, empresa de pesquisa do Estado do Rio. Por fim, comemoramos os 72 anos da BGA-RJ com recursos próprios, promovendo uma festa repleta de autoridades e associados que nos honraram com suas presenças, revitalizando laços de amizade. Agradeço a cada um de vocês por fazer parte desta jornada. Juntos, estamos construindo um futuro melhor para a BGA-RJ. Sigamos firmes em nosso compromisso e dedicação!

Com gratidão,

garantindo mais segurança e conforto em nossas áreas sociais. Também fizemos um aterro no estacionamento, beneficiando a todos que utilizam nossas instalações.

Apoiamos a feijoada beneficente da Loja Maçônica da Barra da Tijuca e a festa para 500 crianças, promovida pelo Fetranscarga.

Representando a BGA-RJ, participamos de vários eventos, e fomos homenageados em Portugal por cinco municípios formadores da Associação Pinhal Maior. Participamos por dois períodos da feira Expo Food Trade Show, promovida pela ASSERJ no Riocentro, e já temos participação confirmada para o ano de 2025.

Promovemos diversas rodadas de negócios, como as de queijos e vinhos, produtos de limpeza e uma feira do pequeno produtor em parceria com Pesagro, empresa de pesquisa do Estado do Rio.

Por fim, comemoramos os 72 anos da BGA-RJ com recursos próprios, promovendo uma festa repleta de autoridades e associados que nos honraram com suas presenças, revitalizando laços de amizade.

Agradeço a cada um de vocês por fazer parte desta jornada. Juntos, estamos construindo um futuro melhor para a BGA-RJ. Sigamos firmes em nosso compromisso e dedicação!

Com gratidão,

**Everaldo Oliveira do Nascimento**

Presidente da BGA-RJ

A Revista da BGA é uma publicação bimestral da Bolsa de Gêneros Alimentícios do Rio de Janeiro, distribuída gratuitamente.

**PRESIDENTE**  
Everaldo Oliveira do Nascimento

**1º VICE - PRESIDENTE**  
Valdemi Vieira Santos

**2º VICE - PRESIDENTE**  
Ricardo Correa Rodrigues Pinto

**1º DIRETOR SECRETÁRIO**  
Hermenegildo Miguel Koncikowski

**2º DIRETOR SECRETÁRIO**  
Robson Luiz Assis Milagres

**1º DIRETOR TESOUREIRO**  
Antonio Carlos Vieira

**2º DIRETOR TESOUREIRO**  
Martin Augusto Grefe

**DIRETOR DE PATRIMÔNIO**  
João Narciso Gomes

**DIRETOR DE RELAÇÕES EXTERNAS E MARKETING**  
Herculano Gonçalves de Oliveira Filho

**DIRETOR DE INFORMÁTICA**  
Wissan Ghassan Riachi

**DIRETORA DE RELAÇÕES INTERNAS E DA MULHER**  
Vera Lucia Cordeiro Lima

**DIRETOR COMERCIAL**  
Genival de Souza Beserra

**DIRETOR SOCIAL**  
Ronaldo de Almeida Teixeira

**ASSESSORES DA PRESIDÊNCIA**  
Marco Campos, Claudio Pereira, Ivan Torres,

e Roberto de Oliveira

**CONSELHO DELIBERATIVO EFETIVO:**  
**PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO**

Woston Handan Saúde

**VICE-PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO**  
André de Castro Lemos

**SECRETÁRIO DO CONSELHO DELIBERATIVO**  
Vinício José Bandeira Duarte Nunes

**CONSELHEIROS**  
Cilas Silva, Gustavo Rodrigues Leite, Neil Carlos de Freitas Santos, Hortência Filgueiras de Santana, José Silvestre Mota da Silva, Carlos Eduardo Richard Ravagnani, José Antonio Gomes Coelho, Mario José Alves Costa, Marcelo Guimarães Lopes, Jorge de Luca Lopes, Gilberto da Silva Gomes, Ricardo Jorge Vasconcelos de Oliveira, Ghassan Wadiah Riachi, Antonio Carlos da Cunha Guerreiro, Maria da Fatima Costa Rodrigues, Andre Luiz Lara Pinto da Costa, Breno Maciel

**CONSELHO DELIBERATIVO SUPLENTE**  
Fernando José Rios de Melo

Marta Regina Silva

Neuza Maria Silva Cao

Placido de Carvalho Meirelles

**CONSELHO FISCAL EFETIVO**  
Rogério Pelosi Siciliano

Vicente de Paulo Azevedo

Jorge Luiz Ferreira Costa

**CONSELHO FISCAL SUPLENTE**  
Antonio Carlos de Oliveira Gonçalves Travessa

Wagner Francisco

Edemilson Lisboa de Queiroz

**Bolsa de Gêneros Alimentícios do Rio de Janeiro (BGARJ)**  
Rua da Cevada, 93 – Mezanino

Mercado São Sebastião – Penha – Rio de Janeiro – RJ

Tel 55 21 2584-9191

**Expediente**

**Editora**  
Monique Santos  
moniquesantos.grupocontato@gmail.com

**Jornalista Responsável/Redatora**  
Paula Guatimosim – MTb: 17.544

paula.guati@gmail.com

**Projeto Editorial e Design Gráfico**  
Augusto Batista

gutoartpress@gmail.com

**Comercial**  
Eliana Marinho

marketingbgarj@gmail.com

**Tiragem:** 20 mil exemplares

**Distribuição gratuita**



**06** “Assim é Portugal”, programa de sucesso na TV e no rádio, é apresentado por José Carlos Pereira, diretor da Galtur Turismo. A revista da BGA conta a trajetória do empresário e comunicador.

**08** Reeleito, presidente da BGA-RJ faz um balanço do ano e traça planos para 2025

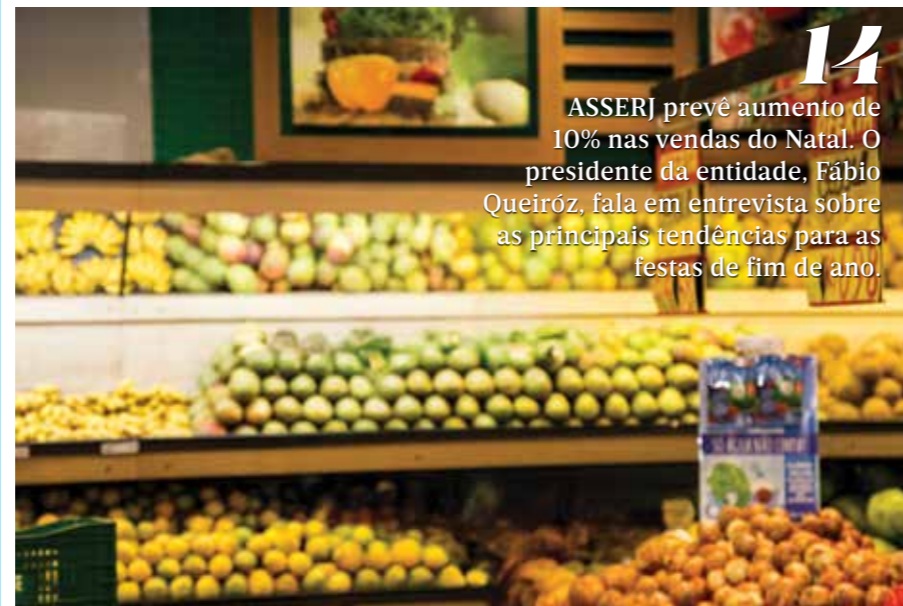
**10** Perfil: Genival Beserra, considerado um guru pelos profissionais do varejo, traça um panorama dos seus 50 anos à frente de grandes redes.

**16** Monique Santos dá um panorama dos eventos sociais que rolaram ao longo de 2024.

**18** Vantagens da logística de alimentos congelados, por Vinicius Gonzales de Lima.

**12**

Coluna Na Prateleira traz os lançamentos do mercado



**14**

ASSERJ prevê aumento de 10% nas vendas do Natal. O presidente da entidade, Fábio Queiróz, fala em entrevista sobre as principais tendências para as festas de fim de ano.

**21** Paulo Homero Xavier de Souza fala sobre a Reforma Tributária

**28** Marketing sazonal: a importância do planejamento das vendas em datas comemorativas, como o Natal.

**32** Paula Packer, chefe geral da Embrapa Meio Ambiente, escreve artigo sobre os efeitos das mudanças climáticas sobre o agronegócio.



**27**

Presidente da Ceasa, Bianca de Carvalho, enumera as principais conquistas ao longo do ano e o papel da Central no combate à fome.

## Superjur: A Parceria estratégica que Impulsiona Supermercados

Com mais de uma década de experiência no mercado, os sócios da SuperJur— Pedro Morais e Felipe Abdo — construíram uma trajetória sólida, tornando a empresa uma das principais assessorias jurídicas voltadas para o setor supermercadista em Minas Gerais e outras regiões do Brasil. Atuando em áreas fundamentais como RH, contratos e tributação, a SuperJur tem como missão oferecer soluções jurídicas personalizadas, simplificando a rotina dos supermercadistas e garantindo a segurança necessária para que seus negócios cresçam de maneira sustentável.

Fundada com o objetivo de ser um suporte essencial para o varejo, a SuperJur foi criada para atender uma demanda específica: a necessidade de um acompanhamento jurídico especializado, que compreenda os desafios únicos do setor supermercadista. Ao longo dos últimos 10 anos, a SuperJur se consolidou como uma referência ao atender diversos supermercados em Minas Gerais, sempre focada em levar soluções práticas e eficazes para seus clientes. Além da assessoria jurídica, um dos serviços de maior destaque na empresa é a Revisão Tributária, que permite identificar oportunidades seguras de recuperação de créditos fiscais, garantindo que os supermercados possam reaver valores pagos indevidamente, sem recorrer a teses arriscadas e dentro de uma abordagem completamente segura e alinhada com a legislação.



“Ao longo dos anos, construímos relações duradouras com nossos clientes, porque entendemos que o sucesso de um supermercado está diretamente ligado à sua segurança jurídica. Nós somos mais que uma assessoria, somos parceiros de negócios, comprometidos com o sucesso de cada cliente”, destaca Pedro Morais, sócio da SuperJur e professor da Universidade Candido Mendes.



“O setor supermercadista possui uma dinâmica única, com desafios que vão desde a gestão de pessoal até questões fiscais complexas. Nosso trabalho é estar ao lado do supermercadista, oferecendo um suporte contínuo e preparado para as particularidades de cada negócio”, afirma Felipe Abdo, procurador do município de Juiz de Fora e sócio da SuperJur.

O grande diferencial da SuperJur está em sua proximidade com os clientes. A empresa não se limita a oferecer respostas jurídicas; ela atua como um parceiro estratégico, acompanhando o dia a dia dos supermercadistas, oferecendo suporte ágil e soluções práticas para resolver os desafios cotidianos.

## ‘Assim é Portugal’: uma história de sucesso e proximidade com a comunidade luso-brasileira

**Filho de imigrantes portugueses, o empresário José Carlos Pereira é um daqueles exemplos de trajetória de sucesso. À frente da agência de turismo Galtur e do mais que consolidado programa “Assim é Portugal”, sucesso na rádio e TV, o empresário e comunicador contou à Revista BGA como sua carreira começou e se desenvolveu.**

Apaixonado por futebol e rádio, ainda jovem treinava locução de jogos em um gravador. Sua primeira oportunidade profissional surgiu na Rádio Mauá, em 1984, no programa “Portugal em Festa”, dirigido por Manuel Cardoso e direcionado à comunidade luso-brasileira. Convidado por Cardoso, foi para a Rádio Imprensa FM dividir com ele o programa “Portugal em Festa Classe A”, no horário das 6h às 9h de domingo.

Mais tarde, através da amizade de sua irmã Ana Cristina com Natacha, filha do produtor Werson Franco, pôde acompanhar os bastidores do programa “Povo na TV”, no SBT. Depois, foi indicado por Franco para integrar a produção do comunicador José Cunha, na recém-criada Rádio O Dia, no horário nobre. Em seguida, ganhou sua grande oportunidade na TV como jurado do programa “Sábado Especial”, com o mesmo José Cunha na TV Rio, hoje Record.



Os sócios Jorge Dubonet e José Carlos e seu filho Raphael

Mas a grande virada profissional, que também mudaria sua vida, foi sua ida para a Galtur Agência de Turismo, convidado pela gerente Maria Aparecida e pelo presidente da empresa, Manuel Rodrigues, para a execução de um projeto de mídia, que resultou em grande sucesso. Em seguida, como prêmio e visão, Manuel Rodrigues sugeriu a José Carlos realizar seu próprio programa na rádio Imprensa FM, nas tardes de domingo, com o nome “Assim é Portugal”, cuja logomarca foi criada por seu filho Rui Rodrigues.

Devido a sua proximidade cada vez maior com a Colônia Portuguesa, José Carlos aceitou um novo desafio,

o de prestar assessoria aos clientes que viajassem através da Galtur no embarque e desembarque, consulado português, polícia federal entre outros serviços de confiança. “Passei a desempenhar multitarefas, jogava nas 11”, brinca José Carlos.

Diante de uma nova proposta profissional, Manuel Rodrigues “cobriu” a oferta feita a José Carlos, e com o acordo dos filhos e sócios, o convidou para entrar na sociedade da Galtur, juntamente com a gerente comercial Maria Aparecida. Mais à frente, surgiu o relacionamento – agora não profissional – com Maria Aparecida, conhecida no mercado do turismo como Cida da Galtur, com quem se casou.

Vivendo intensamente para o trabalho, aproveitando as oportunidades que surgiam a todo o momento e com o constante apoio dos seus pais Álvaro e Luísa, José Carlos teve seu primeiro pior momento na sua caminhada quando foi vítima da violência e sofreu um sequestro relâmpago com enorme perda financeira e abalo emocional. Somado aos assaltos anteriormente sofridos na Galtur, a terrível experiência o fez decidir mudar-se com a família para Portugal, onde permaneceu por três anos e meio.

Foi numa viagem de férias para o Brasil que os amigos o convenceram a retornar ao País. Também pesou em sua decisão o fato de que os negócios na Galtur não estavam bem, a ponto de os sócios estarem considerando o fechamento da agência. De volta, José Carlos e Cida retomaram então a rotina agitada, acompanhando junto à comunidade luso-brasileira os eventos durante a semana e nos fins de semana, fossem no Mercado São Sebastião, na Cadeg, no Mercado de Madureira ou nos clubes portugueses.

“Sempre gostei de rádio e TV, só que a atividade não dá dinheiro; mas dá notoriedade”, esclarece José Carlos. Notícia, informação, música e eventos eram – e ainda são – itens do cardápio do “Assim é Portugal”, que acabou crescendo e conquistando novos anunciantes. Em pouco tempo José Carlos voltou a conquistar espaço em outras rádios, como Rádio Rio de Janeiro e Metropolitana. Mais à frente José Carlos e Cida fizeram uma proposta de compra da Galtur aos sócios, que aceitaram. Aos poucos foram colocando os filhos Bianca e Raphael na empresa apenas “para verem o sacrifício que os pais têm para criá-los”, e darem valor (educação



José Carlos entrevista produtor de azeitonas em Portugal

lusitana), mas nunca quiseram que eles prosseguissem no segmento, o que não aconteceu. Hoje a Galtur caminha para 51 anos e é administrada comercialmente por ambos, incluindo diversos outros destinos além Portugal, revela José Carlos.

### IMIGRAÇÃO BRASILEIRA

Há quem acredite que o empresário foi um dos responsáveis pela intensa migração de brasileiros para Portugal nos últimos anos. Com mais de um milhão de estrangeiros vivendo no país, Portugal tem entre os brasileiros a maior comunidade imigrante residente e com autorização de residência regularizada, equivalente a 35% do total. José Carlos admite que perdeu a conta das vezes que foi procurado por brasileiros solicitando sua ajuda ou dicas para morar em Portugal, que, na sua opinião, tem como maiores atrativos a segurança – principalmente – e a língua portuguesa. “Mas que ninguém se

iluda: ou se tem dinheiro ou se vai trabalhar duro para se manter em Portugal”, garante o comunicador.

A chegada do “Assim é Portugal” na TV aconteceu há 14 anos, quando José Carlos cedeu aos pedidos do amigo e diretor de rádio – hoje sócio e diretor do programa – Jorge Dubonet para adaptar o sucesso da rádio à televisão, o que levou o empresário a passar o programa de rádio para o comando do seu filho Raphael. Com dedicação, investimento e otimismo, os sócios mantiveram uma programação que ao longo de uma hora semanal revela diversos destinos, notícias, eventos, informação, música, agrega locações e dicas de visitação, entrevistas, e até o quadro “Se liga que lá vem História”, do escritor português João Morgado, com informações históricas e pitorescas do país, além de contar com a participação de um correspondente brasileiro, o jornalista Igor Lopes. Uma equipe enxuta se reveza nas duas viagens por ano a Portugal, quando são feitas reportagens para cerca de oito meses de programas inéditos. Os demais meses são cobertos por programas que juntam os melhores momentos do que foi exibido. “Hoje, 80% do nosso público é composto de brasileiros ou luso descendentes”, alega o empresário, que já atende clientes da terceira geração de uma mesma família.

“Agradeço a oportunidade de falar para todos os associados, porque a BGA também foi uma das embaixadas de Portugal no RJ. Através dos empresários portugueses, e vejo agora, na gestão do presidente Everaldo Oliveira, o fortalecimento necessário para a continuidade através dos descendentes. Parabéns a toda diretoria pelo trabalho”, finaliza José Carlos.

## Reeleito, presidente da BGARJ faz um balanço do ano e traça planos para 2025



*Reeleito, o presidente da Bolsa de Gêneros Alimentícios do Estado do Rio de Janeiro, Everaldo Nascimento, fala das conquistas e dos planos de continuidade de sua gestão, até 2027, que manteve a mesma diretoria.*

**Sr. Everaldo, sua gestão foi marcada pelo crescimento do número de associados, por novas parcerias com empresas e instituições e pelas benfeitorias tanto no prédio da BGA-RJ quanto na sede campestre. Qual são os planos para continuar atraindo novos associados?**

Planejamos buscar uma fórmula para que os associados que vêm aqui normalmente às terças-feiras permaneçam por mais um tempo, além do horário do almoço. Pensamos também fazer com que as quintas-feiras voltem a atrair nossos associados.

**Existe um projeto de marketing para reforçar a imagem institucional da BGA, torná-la mais conhecida do público-alvo e pela sociedade em geral?**

Sim, implementamos um canal para os nossos associados. Um *podcast* para que eles tenham oportunidade de falar sobre si e suas empresas. Também

temos o projeto da TVBGA-RJ e pretendemos estar mais presentes nas inaugurações de nossos associados, além de buscarmos mais integração com os meios difusores do rádio, jornal e TV, como já foi no passado

**O senhor pretende dar continuidade às parcerias com outras empresas e instituições e qual a importância delas?**

Sim, com certeza. As parcerias são importantíssimas. Estamos com acordos em andamento junto a Pesagro-Rio, estamos caminhando com a Ceasa-RJ e com a Universidade São José, que ofertará cursos de formação a distância com descontos para nossos associados e seus familiares. Recentemente firmamos acordo com a Jucerja-RJ para a instalação de um posto avançado de atendimento aqui mesmo no edifício Palácio da Bolsa. Temos parceria com o Core-RJ, para regularização dos associados, e mais recentemente estamos acertando parceria com um *chef* italiano da área de panificação, que só revelaremos após o fechamento do acordo. Ele fará a capacitação de padeiros, preparando essa mão de obra que poderá ser utilizada por nossos associados. Temos também parceria de longa data com a Asserj e a Aderj, instituições cada vez mais integradas à BGA.

**Quais são os planos de continuidade das obras no prédio da BGA-RJ e para a sede campestre?**

Em nosso prédio sede, recentemente reformamos uma sala junto ao salão de pregões para descanso

dos funcionários, que logo estará em funcionamento. No sexto andar, o auditório para 240 pessoas está sendo reformado, usando nossa própria mão de obra, e esperamos entregá-lo ainda esse ano. No salão nobre (600 pessoas sentadas) pretendemos fazer a reforma em conjunto com empresas, que em contrapartida poderão utilizar o espaço algumas vezes por ano. Inclusive esta sugestão foi dada pela Sra. Ana Cristina Cerqueira, da Aderj, e acatada imediatamente. Temos também as obras estruturais do dia a dia e as corriqueiras. No que se refere à sede campestre, já reformamos o salão de festas, fizemos uma estrada para desviar o tráfego da área social, reformamos a cozinha, estamos reformando o salão de jogos e, o prédio quase anexo ao varandão, está sendo reformado para abrigar uma capela ecumênica, a fim de oferecermos um espaço mais completo para festas e casamentos.

Temos ainda muita coisa a fazer na sede campestre, como quadra de esportes, a área da sauna, mas isso será mais para frente, pois a sede é deficitária e precisamos gerar mais renda para podermos equilibrar a situação. Não posso deixar de reconhecer a importância do nosso ex-diretor de patrimônio, que contribuiu para que muito dessas obras fossem efetuadas, por ser engenheiro civil, assim como de toda a diretoria, que sempre me apoiou nos projetos desse primeiro triênio.

Fica aqui o meu agradecimento a todos e aos colaboradores.

## BGA-RJ ESTARÁ NA SUPER RIO EXPOFOOD

Já está programada para os dias 18 a 20 de março de 2025 a 35ª Super Rio Expofood Trade Show, no Riocentro. Organizado pela Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (Asserj), o evento já faz parte do o calendário oficial da cidade.

Considerada a maior área de exposição de negócios do setor supermercadista do estado do Rio de Janeiro, a Super Rio Expofood Trade Show é um evento de negócios consolidado entre os profissionais do setor alimentício do Brasil, onde grandes marcas da indústria se encontram com profissionais do varejo, proporcionando a geração de novos negócios.

E é claro que a Bolsa de Gêneros Alimentícios do Rio de Janeiro estará presente neste evento, com um stand de 300 metros quadrados. “Como palco de negociações do segmento alimentício, tanto para o setor supermercadista, atacadista, de distribuição etc, a BGA-RJ não poderia ficar de fora dessa que é a

mais importante feira para nossos associados aqui no estado”, justifica o presidente da BGA.

Everaldo Nascimento lembra que a Super Rio Expofood é o evento mais tradicional do setor alimentício, implementando o conceito de Trade Show desde 1981. Para ele, a feira é de suma importância para que o setor de varejo possa conhecer novos produtos, soluções, inovações e ainda novos fornecedores, assim como reencontrar antigos e cada vez mais fortalecer o segmento. “Nossos associados fazem do nosso stand um ponto de encontro e de descanso; ali eles se sentem em casa”, diz o presidente da Bolsa.

A 34ª SRE Trade Show aconteceu de 19 a 21 de março de 2024, em dois pavilhões do Riocentro, somando 45 mil m<sup>2</sup> de evento. Recebeu mais de 68 mil visitantes, 1.000 supermercadistas de 16 diferentes países e gerou R\$ 4,2 bilhões em negócios e mais de 8 mil empregos direta e indiretamente.



**Considerado um guru pelos profissionais do varejo, Genival Beserra ajudou a montar, ampliar e comandar algumas das principais redes do setor. Após 50 anos ininterruptos à frente do dia a dia do varejo, hoje preside o Conselho da Asserj e de outras redes de supermercados.**



**P**ernambucano de Surubim – terra natal de Abelardo Barbosa, o Chacrinha, e município também conhecido como Capital da Vaquejada – Genival veio jovem com o pai para o Rio de Janeiro. Aos 18 anos começou a trabalhar na rede atacadista Makro, onde passou por todas as funções, começando como repositor de mercadorias, depois encarregado, gerente, até alcançar o cargo de diretor-presidente.

Na rede de supermercados Sendas trilhou o mesmo caminho, começando sempre de baixo até alcançar os maiores cargos. Nas Lojas Americanas, outra gigante do varejo, hoje em recuperação após uma fraude contábil, foi superintendente de compras para todo o Brasil, e lembra da dificuldade que era fazer chegar mercadorias na região Norte do País.

Ele também passou pelos supermercados Continente, montou a primeira loja do Prezunic, e lá permaneceu até um ano após a venda da rede para o grupo chileno Cencosud. Foi diretor geral da rede Costazul, até 2018, e criou a Rede Unno, formada pelo Costazul, Bramil, Campeão, Inter, Princesa, SuperPrix, Supermercados Real, de Itaipu, e Vienense. A rede, que agregava oito marcas, encerrou suas atividades em 2020, devido a divergências entre os associados. Genival também esteve à frente do Supermarket, mas hoje, aos 72 anos, leva uma vida mais tranquila, como consultor.

Para ele, a fórmula do sucesso é ter foco, ser objetivo no que vai fazer, se comportar como o dono do negócio e trabalhar com amor e carinho. “Na minha época, o emprego no varejo era quase trabalho escravo. Mas ainda assim,

sempre fiz mais do que era pago para fazer, pois só assim a gente se destaca”, relembra.

Genival conta que, nos locais onde trabalhou, nunca pulou nenhuma etapa. Assim pôde conhecer todas as funções e setores, o que lhe conferiu muita facilidade em identificar os problemas. “Só de olhar já sei o que está certo ou errado. E falo porque vivenciei tudo isso”, afirma.

O presidente do Conselho da Associação dos Supermercados do Rio de Janeiro (Asserj) também é ferrenho defensor da valorização da equipe. Ele está certo de que a empresa que trata seus colaboradores com dignidade e respeito, dando o devido valor a cada um, independente da função que ocupa, prospera. “A empresa que cuida do seu time de colaboradores aumenta seu valor de mercado”, garante.

Casado há 40 anos com Maria do Carmo, com quem teve um casal de filhos (Renata e Bruno), curte hoje os quatro netos. Ele reconhece e é grato ao papel de esteio que a esposa teve, cuidando da família, enquanto ela se dedicava ao trabalho.

Nos dias atuais, com a tecnologia norteando todos os negócios, Genival acha que o maior desafio das diversas redes de supermercado é conseguir montar uma equipe adequada e ter uma gestão

profissional capaz de superar a competição. “O Rio de Janeiro é o mercado mais competitivo do País. Não existe mercado tão competitivo e promocional no Brasil”, afirma Genival. Para ele, essa guerra de preços favorece muito o consumidor pois a cada dia uma rede precisa baixar seus preços em função do que foi anunciado pela concorrente. Segundo ele, isso faz com que os supermercados do Rio também pratiquem margens mais apertadas e preços de 10% a 15% mais baixos do que em São Paulo, mesmo que a maioria das mercadorias seja comprada de indústrias de lá.

O estado do Rio é, também, o maior anunciante da TV aberta no País. Basta assistir ao horário nobre para que o telespectador confira a quantidade de anúncio das redes anunciando as promoções. Anúncios que giram em torno de R\$ 100 mil por inserção. “A consequência disso é que a competição só aumenta”, alega Genival. Para ele, essa margem de lucro menor afeta a capacidade das redes de realizarem investimentos e por isso, no ranking da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), o Rio de Janeiro cresce menos.

A organização de pequenos supermercados em rede é, segundo ele, uma das alternativas mais viáveis para enfrentar os gigantes do mercado. Juntos, com maior número de lojas, os pequenos aumentam sua capacidade de negociação e conseguem reduzir seus custos, entre eles a taxa do cartão de crédito. “Quem está em rede hoje deve fazer o possível para se manter”, aconselha. Para ele, entre os exemplos bem-sucedidos de rede no Rio de Janeiro estão o Supermarket e a Rede Economia.

Mas Genival também reconhece o valor de quem focou num nicho



Genival, ao lado de Antoane e Luciana, presidente e vice-presidente do Armazém do Grão, em Petrópolis, prestigiando o “Big Show”, evento anual promovido pela rede. A convenção anual segue os pilares do Programa de Excelência (Proex), reúne os colaboradores para fortalecer laços, promove capacitação e reforça os valores da empresa, um exemplo de compromisso com o bem-estar de seus colaboradores e clientes.

de mercado e não precisa anunciar para atrair seus clientes. É o caso do Zona Sul, que, na sua opinião, é uma marca com comportamento modelo. “É uma rede diferenciada, que ficou em um público específico, tem um mix de produtos voltado para esse perfil de consumidor e um atendimento exemplar”, explica.

Sobre o papel da Bolsa de Gêneros Alimentícios nesse mercado, Genival Beserra garante que é extremamente importante, não apenas para os pequenos comércios, mas também para os médios e grandes supermercados. “Ali na BGA temos a cotação diária dos produtos, a atualização

de preços é diária e as tendências de comportamento de preços podem ser previstas. É um lugar que reúne todos os representantes dos principais produtos e indústrias. É lá que fazemos os melhores negócios. Então, é muito mais produtivo frequentar a BGA do que ficar esperando a visita do vendedor no escritório”, explica. Segundo ele, no caso de laticínios e commodities, a BGA é imbatível nos preços. Além disso, há muitas oportunidades de compra que não chegam às lojas. “É uma instituição antiga e renomada, um ambiente de comercialização para se frequentar”, finaliza.

## Na prateleira

### Natural One lança bebida funcional



A Natural One, que incluiu recentemente em seu catálogo bebidas vegetais à base de aveia (popularmente conhecidos como

leites vegetais), expande, mais uma vez, sua área de atuação com o objetivo de se firmar como um dos grandes players globais de bebidas naturais e saudáveis. A marca apresentou uma nova categoria em seu portfólio: as bebidas funcionais. Para sua estreia neste segmento, a Natural One escolheu o yacon – também conhecido como batata yacon – planta originária da Cordilheira dos Andes, como base de sua bebida funcional, um ingrediente inédito no setor de bebidas saudáveis do país. A novidade chega ao mercado, inicialmente, na embalagem de 900 ml nos sabores Suco Verde e Beterraba Mix, substituindo os atuais Veggies Limão e Veggie Beterraba. Ambos são 100% naturais, não possuem adição de açúcar, conservantes ou aditivos, e são feitos apenas com frutas e vegetais.

### Vale Fértil apresenta lanche infantil



A Vale Fértil, referência nacional em azeitonas, está lançando dois novos produtos: o Olivito, um lanchinho de azeitonas voltado para crianças, e o Oliv Snack Natural, um repositivo energético com apenas 73 calorias. O Olivito é uma azeitona especialmente desenvolvida para as crianças brasileiras. Ele oferece uma opção saudável e prática para as lancheiras infantis, destacando-se por sua inovação e qualidade, além de ser 100% natural. O produto foi concebido para os pais que buscam lanches nutritivos para seus filhos. Isso porque é produzido sem salmoura, com menor teor de sódio e possui azeitonas com tamanhos menores e sem caroço.

### Kicaldo apresenta farofa de mandioca premium



A Kicaldo apresentou para o mercado o seu lançamento de 2024: a farofa de mandioca premium Kicaldo. Para a criação do novo produto a Kicaldo uniu ingredientes selecionados que realçam receita caseira com textura, crocância e sabor. Elaborada com farinha de mandioca selecionada e enriquecida com ingredientes como cebola frita, alho desidratado, caldo de carne, cebolinha e salsa, esta farofa traz um sabor único que realça qualquer refeição. Disponível em pacotes de 400g.

### Vitarella tem wafers com combinações inusitadas de recheios

A Vitarella está lançando um novo wafer com dupla de sabores regionais a partir de combinações inéditas: milho verde e goiabada e cocada e amendoim. O objetivo do lançamento é trazer para o mercado um produto que une diferentes sabores típicos em camadas de recheio no mesmo biscoito. Em embalagens de 80g, a novidade está disponível nos estados de Alagoas, Bahia, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Sergipe. Outra novidade da marca é o cracker sabor amanteigado na versão com massa madre, que confere ao produto fermentação natural. A massa madre é um fermento feito somente à base de farinha e água, sem adição de nenhum outro ingrediente. Com 350g, o item está disponível em todo Brasil, exceto no Sul, Ceará, Piauí e Maranhão.



PARA CONECTAR O MERCADO  
**O REPRESENTANTE COMERCIAL É MAIS NEGÓCIO!**

## REPRESENTANTE COMERCIAL

Somente quem tem registro no Core-RJ

Lei Nº 4886/65

Telefone: (21) 3174-8400

Site: [www.core-rj.org.br](http://www.core-rj.org.br)



SHOW DE SABOR!



CONTATO: (21) 98921-2781  
ALHOZANA@ALHOZANA.COM.BR

Siga-nos!  
@ALHOZANA

## ASSERJ prevê alta de 10% nas vendas neste Natal

A Associação de Supermercados do Rio de Janeiro (ASSERJ) foi criada em 1969, um ano após a atividade supermercadista ser regulamentada no país. Há mais de cinco décadas unindo, servindo e representando o setor, a ASSERJ oferece aos seus associados cursos de aperfeiçoamento, palestras, consultoria e assessoria na área jurídica, gestão, recursos humanos, prevenção de perdas, alimento seguro, marketing, entre outras atividades. O setor supermercadista responde por mais de 10 milhões de empregos no chão de loja e também no *staff*. A revista da BGA entrevistou Fábio Queiróz, que assumiu em 2015 e aos 47 anos é o mais jovem executivo a ocupar a presidência da ASSERJ..

quanto as rupturas de produtos perecíveis típicos das festas de fim de ano.

### Há previsão de aumento de preços dos produtos natalinos?

Alguns fatores, como a alta do dólar, podem ocasionar o aumento de produtos natalinos. Vale ressaltar que os supermercadistas vão negociar ao máximo com os seus fornecedores para garantir a ceia das famílias brasileiras.



Fábio Queiróz

### O Natal, principal data comemorativa do comércio, está chegando. Qual a previsão de aumento de vendas da ASSERJ?

A expectativa é de um aumento de aproximadamente 10% em relação ao ano passado. Essa estimativa reflete a importância das festas de fim de ano para o setor, quando as famílias estão dispostas a investir um pouco mais nas ceias, somada ao uso de tecnologias, pelos supermercadistas, como a inteligência artificial, para otimizar a gestão de estoque e evitar tanto os excessos

### Quais itens compõem a cesta de Natal para efeito de cálculo?

Tradicionalmente as cestas levam panetões, geleias, chocolates, petiscos, azeite, frutas secas, castanhas, presunto, frango ou chester, espumante ou cidra.

### O azeite é um dos vilões desse aumento? Há outros?

Certamente o azeite é um dos principais vilões, e vem virando um artigo de luxo nas casas das famílias fluminenses, mas isso

não se limita ao estado. Esse cenário vem se refletindo globalmente. Afinal o problema nas safras é global.

### Qual a estratégia dos supermercados para viabilizar a ceia das famílias de baixa renda?

Oferecer um mix que inclua opções mais acessíveis, dando ao consumidor a possibilidade de substituir produtos sem que isso signifique realizar uma ceia menos gostosa e especial.

As mudanças climáticas vêm provocando secas e enchentes mais severas, como a que aconteceu no Rio Grande do Sul, e afetando a produção de grãos, especialmente. Qual tem sido o impacto sobre o preço dos produtos da cesta básica?

Muitos produtos requerem condições climáticas específicas para crescer, como frutas cítricas (laranja e limão, por exemplo), hortaliças, legumes, cana-de-açúcar são alguns dos mais afetados. O clima seco, combinado com altas temperaturas, tem favorecido queimadas em regiões produtoras, como São Paulo, reduzindo a oferta e elevando os preços desses itens no mercado, por exemplo.

### Qual a importância da BGA para o pequeno comércio de gêneros alimentícios?

Enorme, já que a Bolsa atua muito além da negociação e



distribuição de produtos alimentícios para o estado, proporcionando aos produtores, distribuidores e representantes comerciais pontos onde realizam transações comerciais e estabelecem redes de contato.

### Qual foi a geração de empregos do setor no estado do Rio de Janeiro?

No acumulado do ano, os Supermercados do Estado do Rio de Janeiro geraram 1.944 empregos

formais, sendo este o saldo entre o número de contratações e o de demissões. O desempenho neste ano foi muito melhor que o observado no mesmo período de 2023, quando o setor registrou o fechamento de 1.038 postos de trabalho no estado.

### Quais os dados gerais da ASSERJ (número de estabelecimentos associados (e percentual em relação ao universo no RJ)?

No estado do Rio de Janeiro, existem 7.058 estabelecimentos entre supermercados, hipermercados, minimercados, mercearias e armazéns, segundo dados de 2023. Nesse cenário, a ASSERJ possui 400 matrizes associadas, sendo mais de 2 mil CNPJs, o que representa em torno de 28,3% desse universo.

**Carne suína com procedência e excelência, somente Rainha**

**É qualidade que se vende. É cliente que se surpreende!**





# Na Social

By Monique Santos



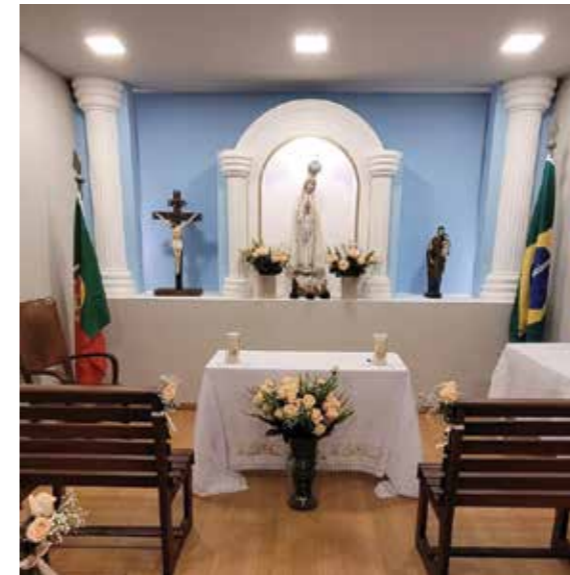
## Sede Campestre está um luxo

Como todos sabem, a nossa Sede Campestre localizada em Vargem Grande vem passando por reformas e está ficando uma beleza. Tive a oportunidade de fazer uma visita e ver de perto a reforma do salão de festas e churrasqueira, campo de futebol, restaurante-cozinha, caminho e calçadas e o parquinho perto da piscina. Recuperar esse espaço e proporcionar ao associado mais uma opção de lazer é a intenção da diretoria reeleita. Que tal dar uma conferida de perto e agendar suas festas lá?



## Jucerja

No dia 1º de outubro, a Jucerja inaugurou o 15º Centro de Atendimento ao Empreendedor (CAE), um projeto da Junta Comercial em parceria com o Instituto Brasileiro de Administração Municipal (IBAM) e com o Conselho Regional de Contabilidade (CRCRJ). O CAE tem como objetivos orientar o cidadão, de forma gratuita, na baixa de empresas inativas e no cancelamento de CNPJs, assim como tirar dúvidas sobre serviços da Junta Comercial ou sobre MEI. O Presidente da Jucerja, Sérgio Romay, reafirmou o compromisso de tornar o estado mais presente na vida do empreendedor fluminense, levando a Jucerja para mais perto de quem investe o seu capital, abrindo novos negócios e, conseqüentemente, gerando novos empregos e renda para o Rio de Janeiro. A nova unidade do CAE visa também reestruturar a região da BGA – o Mercado São Sebastião – um local muito importante para a economia do estado, fortalecendo o relacionamento com os empresários que atuam na região. Essa é mais uma etapa no projeto que prevê a abertura de 40 unidades para apoiar o empreendedorismo no estado.



A reforma deixou a Capela de Nossa Senhora de Fátima mais iluminada e aconchegante.

## Apagando as velinhas

No dia 15 de outubro a BGARJ comemorou 73 anos, com direito à missa e coquetel em sua sede. Dentre os convidados, associados, amigos e parceiros da Bolsa. Também tivemos algumas presenças especiais como a de André Pereira, prefeito de Miguel Pereira e presidente da Associação Estadual dos Municípios do Rio de Janeiro (Aemerj), e Julio Souza, Gestor de Economia Criativa do Estado e Vice-presidente da Associação Comercial e Industrial de Duque de Caxias.



## Homenagem

O presidente da BGA, Everaldo Oliveira do Nascimento foi homenageado pela Associação Pinhal Maior, no município da Sertão, em Portugal. A associação é composta por cinco municípios produtores de azeitona, azeite, vinhos e embutidos, entre outros produtos, que desejam exportar para o Rio de Janeiro. Dirigida pelo Dr. Osvaldo Nogueira, a Associação financia projetos locais, realiza projetos sociais e forma mão de obra em várias profissões.

## Comitiva Chinesa

No dia 1º de novembro a BGA-RJ teve o prazer de receber a comitiva chinesa do Hubei Agricultural Development Group Co.Ltda do distrito de Wuhan e província de Hubei. O encontro foi o pontapé inicial para a realização de negócios e importação por parte de Hubei de produtos brasileiros como soja, açúcar,



arroz, carne bovina, aves e suínos. Diversos assuntos de interesses bilaterais foram tratados, entre eles a atuação do BRICS e a relação comercial entre o Brasil e China. A reunião aconteceu na sede na BGA-RJ e contou com a presença do presidente Everaldo Nascimento, da presidente da Ceasa, Bianca Carvalho, representantes da Câmara de Comércio Brasil-China, diretoria da BGA e a comitiva chinesa com Jiang Guanghong (diretor-executivo), Wan Weidong (gerente-geral), Zhao Baoxinong (gerente-geral), Yang Liu (Vice-Ministro de Recursos Humanos), Chen Hui (diretor Mercado Externo) e Guo Sihua (diretor-geral de escritório).

# As Vantagens da Cadeia Logística dos Alimentos Congelados

## Reduzindo o Desperdício e Promovendo a Sustentabilidade no Varejo

por VINICIUS GONZALES DE LIMA

No cenário atual do mercado brasileiro, a cadeia logística de alimentos congelados emerge como um pilar fundamental na busca por eficiência e sustentabilidade no setor varejista. Esta sofisticada rede de processos não apenas garante que produtos cheguem aos consumidores em perfeito estado de conservação,



mas também desempenha um papel crucial na redução do desperdício alimentar, um dos desafios mais prementes da nossa era. A implementação de tecnologias avançadas e práticas inovadoras nesta cadeia tem revolucionado a forma como os alimentos são armazenados, transportados e comercializados, contribuindo significativamente para a diminuição das perdas e para a otimização dos recursos em toda a cadeia de suprimentos.

A crescente demanda por alimentos frescos, seguros e nutritivos, aliada à urgente necessidade de minimizar o desperdício, tem catapultado a logística de ultracongelados a um patamar estratégico para inúmeras empresas do setor alimentício. Este sistema inovador não se limita apenas a prolongar significativamente a vida

útil dos alimentos; ele representa uma resposta direta ao crescente interesse dos consumidores por produtos que aliam saúde e sustentabilidade, perfeitamente em consonância com as tendências globais de consumo consciente. Além disso, a cadeia de frio possibilita a preservação de nutrientes essenciais nos alimentos, garantindo que os consumidores tenham acesso a produtos de alta qualidade nutricional, independentemente da sazonalidade ou da distância entre o local de produção e o ponto de venda.

O consumidor moderno, cada vez mais informado e exigente, busca não apenas saciar sua fome, mas também alimentar seus valores. A origem dos alimentos, os métodos de produção e o impacto ambiental são fatores que pesam cada vez mais nas decisões

de compra. Esta mudança de paradigma reflete uma consciência coletiva em ascensão, onde saúde pessoal e sustentabilidade planetária se entrelaçam, moldando um novo perfil de consumo que demanda soluções inovadoras e responsáveis da indústria alimentícia. Neste contexto, a cadeia logística de alimentos congelados se destaca como uma solução que não apenas

atende às expectativas dos consumidores em termos de qualidade e conveniência, mas também contribui para a redução da pegada de carbono associada à produção e distribuição de alimentos.

O Brasil, com sua vastidão territorial e diversidade climática sem precedentes, apresenta desafios logísticos únicos, que exigem soluções igualmente singulares. A manutenção da qualidade dos alimentos durante longos trajetos, atravessando diferentes zonas climáticas, é um desafio hercúleo que encontra na logística de congelados uma aliada poderosa. Esta tecnologia permite que produtos percorram grandes distâncias, desde os centros de produção até os pontos de venda mais remotos, mantendo intactas suas propriedades nutricionais e organolépticas.

A implementação de sistemas de rastreabilidade avançados e a utilização de embalagens inteligentes complementam esta infraestrutura, garantindo a integridade dos produtos e fornecendo aos consumidores informações detalhadas sobre a origem e o percurso dos alimentos que consomem. Para atender de forma eficaz a esta demanda crescente e complexa, o setor se vê diante da necessidade de investimentos substanciais em infraestrutura de ponta. O CAPEX (Capital Expenditure) direcionado a este segmento não se resume apenas à aquisição de equipamentos; ele representa um investimento no futuro da alimentação e na sustentabilidade do planeta. A implementação de tecnologias avançadas de monitoramento contínuo, sistemas de gerenciamento inteligente de armazéns (WMS) e distribuição (DMS), além da integração de sensores de última geração e

soluções de Internet das Coisas (IoT), formam a espinha dorsal desta revolução logística. Estes investimentos não apenas otimizam as operações e reduzem custos a longo prazo, mas também possibilitam uma gestão mais eficiente dos recursos, contribuindo para a redução do desperdício e para a melhoria da sustentabilidade em toda a cadeia de valor.

A cadeia de frio, elemento vital para a preservação dos alimentos congelados, apresenta desafios substanciais que vão além da mera manutenção de temperaturas baixas. O investimento inicial necessário para estabelecer uma infraestrutura robusta é considerável, englobando desde a aquisição de uma frota especializada de veículos frigoríficos até a construção de centros de armazenamento de última geração. Ao estabelecer parcerias com operadores logísticos especializados,

as empresas podem evitar o ônus financeiro e operacional de manter uma infraestrutura própria de distribuição, que inclui não apenas investimentos vultosos em centros de distribuição e frotas de veículos especializados, mas também os custos recorrentes de manutenção, atualização tecnológica e treinamento de pessoal. Além da redução de custos e da otimização operacional, a terceirização logística oferece às empresas a flexibilidade necessária para se adaptarem rapidamente às flutuações do mercado e às demandas sazonais. À medida que a indústria continua a inovar e se adaptar, a cadeia logística de alimentos congelados se consolida como um pilar fundamental na construção de um sistema alimentar mais resiliente, eficiente e alinhado com as necessidades e valores da sociedade contemporânea.

# ASSIM É PORTUGAL

**TV MAX RIO**  
DOMINGO 14h - SEGUNDA 22h - QUINTA 17h  
CANAL 525

**TV COMBRASIL - EM TODO O PAÍS**  
DOMINGO 15h  
CANAL 1 CANAL 28 CANAL 239

**TV ABERTA SÃO PAULO**  
SEGUNDA 19h - SÁBADO 10h30  
CANAL 9 CANAL 8

**SOUL TV APP - STREAMING TV MAX RIO**  
DOMINGO 14h - SEGUNDA 22h - QUINTA 17h

VISITE NOSSO SITE - [ASSIMEPORTUGAL.COM](http://ASSIMEPORTUGAL.COM)  
INSCREVA-SE EM NOSSO CANAL - [YOUTUBE.COM/ASSIMEPORTUGAL](https://www.youtube.com/assimeportugal)  
REALIZADO POR BRASILEIROS. APAIXONADOS PELA PÁTRIA MÃE

**VIAGENS GALTUR** 50 ANOS Desde 1973

(21) 99572-3703 | [GALTUR.COM.BR](http://GALTUR.COM.BR)

SHOPPING PROMOIINFO - BARRA DA TIJUCA  
UM MUNDO DE OPÇÕES EM UM SÓ LUGAR

29 Anos distribuindo qualidade

**LÍDER** Distribuidora de Alimentos  
distribuidora de alimentos



**ESTÂNCIA 92**

As melhores e maiores Indústrias estão conosco

(21) 3262-1162

[liderriooalimentos.com.br](http://liderriooalimentos.com.br)

@liderriooalimentos

Somos Distribuidores de Alimentos a mais de 29 anos em todo o Rio de Janeiro, com uma das melhores estruturas de distribuição do estado, com frota própria rastreadas para maior eficácia logística.

## LEGISLAÇÃO

# Novo padrão tributário no Brasil – A Reforma Tributária

O sistema tributário brasileiro atual é conhecido por sua complexidade e elevados custos de conformidade, o que acaba por onerar contribuintes e empresas. Essa estrutura tributária gera uma série de desafios, como altos custos administrativos, volumosas disputas judiciais entre contribuintes e o fisco e falta de transparência, resultando em perdas de produtividade e menor atratividade para investimentos na economia brasileira.

Diante desse cenário, o Congresso Nacional tem discutido a necessidade de uma reforma tributária ao longo das últimas décadas, com o objetivo de simplificar e modernizar o sistema. Em 20 de dezembro de 2023, foi promulgada a Emenda Constitucional nº 132/2023, que aprova o texto final da tão esperada Reforma Tributária, um passo importante para corrigir distorções e impulsionar o crescimento econômico.

Atualmente, os principais tributos sobre o consumo de bens e serviços no Brasil são:

- ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços;
- IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados;



Paulo Homero Xavier de Souza

- ISS – Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza;
  - PIS – Programa de Integração Social;
  - COFINS – Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social.
- Para regulamentar a reforma, o Governo Federal apresentou ao Congresso dois projetos de lei complementares, embasados nos estudos do PAT RTC (Plano de Ação Tributária para a Reforma Tributária no Consumo), com o objetivo de estruturar o novo sistema tributário.

O Projeto de Lei Complementar nº 68/2024 trata da criação do Imposto sobre Bens e Serviços (IBS),

da Contribuição Social sobre Bens e Serviços (CBS) e do Imposto Seletivo (IS), e atualmente está em discussão no Senado Federal. Em 4 de outubro de 2024, o regime de urgência foi retirado, conforme despacho do Presidente da República.

Já o Projeto de Lei Complementar nº 108/2024, em tramitação na Câmara dos Deputados, propõe a criação do Comitê Gestor do Imposto sobre Bens e Serviços (CG-IBS), que será responsável pelo processo administrativo tributário do IBS, além de gerenciar a distribuição da arrecadação entre a União, estados e municípios. Esse projeto também aborda o ITCMD (Imposto sobre Transmissão Causa Mortis e Doação), estabelecendo novas diretrizes para esse imposto.

A Emenda Constitucional nº 132/2023 implementa um novo modelo de tributação sobre o consumo no Brasil, introduzindo o conceito de um IVA dual (Imposto sobre Valor Adicionado):

O IVA Federal, através da CBS, unifica o PIS e a COFINS, simplificando a tributação para empresas que operam em nível nacional.

O IVA dos estados, municípios e Distrito Federal será o IBS,

englobando o ICMS (estadual) e o ISS (municipal), o que tende a reduzir a sobreposição de competências e melhorar a arrecadação.

Além disso, foi instituído o Imposto Seletivo (IS), de competência federal, em substituição parcial ao IPI. O IS incidirá sobre a produção, extração, comercialização e importação de produtos considerados prejudiciais à saúde e ao meio ambiente, como bebidas alcoólicas e cigarros, com o objetivo de desestimular o consumo desses itens.

A reforma também trará novas opções para Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP), optantes pelo Simples Nacional. Essas empresas poderão escolher entre dois regimes de tributação para a CBS e o IBS:

Tributação dentro do Simples Nacional: Nesse caso, as empresas

compradoras terão direito a créditos sobre os tributos pagos nas aquisições de bens e serviços.

Tributação fora do Simples Nacional: As ME e EPP poderão optar pelo regime de não cumulatividade, ou seja, recolher a CBS e o IBS separadamente do Simples Nacional, sem perder os benefícios do regime simplificado para os demais tributos.

O ITCMD também passará por mudanças significativas:

Isenção para transmissões a entidades sem fins lucrativos, incluindo instituições beneficentes e assistenciais, organizações religiosas e institutos científicos e tecnológicos.

Progressividade das alíquotas, com taxas mais altas para heranças de maior valor.

Transferência da competência para a tributação de bens móveis, títulos

e créditos para o estado de domicílio do falecido ou doador, simplificando a administração do tributo.

É importante acompanhar o andamento das discussões e publicações de Leis Complementares ao longo de 2024 e 2025, pois estas normativas definirão os detalhes operacionais e de transição.

A partir de 2026, as novas regras começarão a vigorar em um regime de transição, com a implementação completa da Reforma Tributária prevista para 2033. Até lá, será necessária adaptação e planejamento, uma vez que muitas mudanças ainda podem ocorrer ao longo desse processo.

**Paulo Homero Xavier de Souza é economista e contador, sócio-diretor da Homero e Souza Associados, atuando no mercado nacional e carioca há 30 anos, com especialização no segmento de atacado de proteínas e indústria alimentícia.**

[docesantoantonio.com.br](http://docesantoantonio.com.br)

[f](#) [i](#) [s](#) [t](#) [o](#) [a](#) [n](#) [t](#) [o](#) [i](#) [o](#) [a](#) [l](#) [i](#) [m](#) [e](#) [n](#) [t](#) [o](#) [s](#)



# Qualidade com toque caseiro

Há 40 anos proporcionando deliciosas experiências.



# Big Soft

## Coloque um líder na sua prateleira



Big Soft Produtos de Limpeza

[bigsoftcomercial@hotmail.com](mailto:bigsoftcomercial@hotmail.com) - Tel: (21) 2590-1350 / (21) 2560-4288 / WhatsApp: (21) 99309-3363

*Beba saúde,  
Beba água mineral Passa Quatro.*



CERTIFICADO  
INTERNACIONAL  
DE QUALIDADE

**MINERAÇÃO ÁGUA PADRE MANOEL**  
Rio de Janeiro

Edemilson Lisboa de Queiroz – 21 99951-6122  
queirozedemilson@gmail.com  
Luís Henrique Queiroz Nogueira – 21 99258-0068  
luishenrique@sagrepresenta.com  
Passa Quatro – 35 3371-2200  
aguapassaquatro@gmail.com

## TECNOLOGIA

# Supermercados estão redefinindo a experiência de compras para os clientes e otimizando suas operações internas

Uma experiência de compras positiva é fundamental para a saúde e sucesso de um supermercado. Ela não apenas satisfaz os clientes atuais, mas também atrai novos, impulsiona o crescimento e fortalece a marca no mercado altamente competitivo do varejo. Por isso, investir para aprimorar a experiência de compras deve ser uma prioridade para qualquer supermercado que deseje prosperar no longo prazo.

Tecnologias mais impactantes estão impulsionando uma considerável mudança no setor e moldando o futuro dos supermercados. Saber coletar os dados dos clientes em todas as interações gera a oportunidade de compreender seu comportamento e desenvolver estratégias eficientes de geração de vendas. Por exemplo: em vez de definir um preço único para todos os clientes, passa a ser possível entregar produtos a preços diferenciados para cada consumidor, em momentos diferentes. A possibilidade de realizar promoções desnecessárias também diminui, o que aumenta a rentabilidade do varejo.



A automação de processos é uma das principais tecnologias que está revolucionando o setor de supermercados. Desde a gestão de estoque até a logística de armazenamento e reposição, a automação está melhorando a eficiência operacional.

O comércio eletrônico revolucionou o setor de supermercados, permitindo que os clientes comprem seus produtos de forma conveniente e recebam suas compras em casa. Muitos supermercados agora oferecem plataformas de compras online e aplicativos para dispositivos móveis, onde os clientes podem navegar por uma ampla variedade de produtos e fazer pedidos com apenas alguns cliques.

A Realidade Aumentada (RA) e a Realidade Virtual (RV) estão transformando a maneira como os supermercados interagem com os clientes. As soluções de RA permitem que os clientes visualizem informações adicionais sobre um produto apenas apontando seus dispositivos móveis para ele. É possível, por exemplo, obter detalhes nutricionais, receitas relacionadas ou até mesmo ter acesso a avaliações de outros clientes sobre o produto em questão. A RV, por outro lado, está sendo usada para criar experiências imersivas, permitindo que os clientes “passeiem” virtualmente pelos corredores do supermercado e escolham produtos de forma interativa.



# FOGO & SABOR



## Todo momento pode ser incrível.

A nova linha premium Frimesa Fogo e Sabor traz cortes selecionados de carne suína, linguiças, hambúrguer e tradicionais acompanhamentos, como queijo de coalho e pão de alho.

## Ceasa amplia Pavilhão 21 e passa a acomodar dois mil comerciantes



Bianca de Carvalho

**S**egunda maior Central de Abastecimento da América Latina, a Ceasa-RJ, único entreposto comercial público em todo o Estado, completou 50 anos em agosto de 2024. Considerando todas as unidades, são cerca de 800 empresas instaladas e mais de 2 mil produtores cadastrados. À frente da presidência da Ceasa-RJ desde 2019, Bianca de Carvalho, bióloga e especialista em direito ambiental com mais de 15 anos de experiência na área de Meio Ambiente, falou à Revista da BGA.

### Quais foram as principais ações da Ceasa-RJ em 2024?

Em 24 de janeiro deste ano inauguramos a expansão do Pavilhão 21 da CEASA de Irajá. A estrutura, que antes acomodava 850 pontos de comercialização e atendia cerca de mil produtores, passou por uma significativa ampliação e agora tem

capacidade para 2 mil comerciantes. Essa expansão representou um impulso econômico considerável, além de gerar mais 2 mil empregos na região. Outra ação importante foi a apresentação, junto à Comissão de Agricultura, Pecuária e Políticas Rural, Agrária e Pesqueira da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro (ALERJ), de uma proposta para criação de um espaço de comercialização de produtos orgânicos dentro da Ceasa de Irajá.

### Houve outras melhorias na infraestrutura?

Além da ampliação do Pavilhão 21, o Governo do Estado viabilizou a nova pavimentação do Pavilhão da Caixotaria, espaço dedicado ao armazenamento e comercialização de pallets e caixotes para transporte de mercadorias, no mesmo local.

### Qual foi o investimento total nessas duas obras?

O investimento nessas duas iniciativas ultrapassou os R\$ 8,5 milhões, indicando um compromisso substancial do governo do estado com a modernização e fortalecimento da Ceasa.

### Qual o papel da Ceasa no combate à fome?

A Ceasa/RJ presta um importante serviço de combate à insegurança alimentar e de incentivo à agricultura familiar em todo o estado do Rio. Só no ano passado o Banco de

Alimentos da Ceasa doou 722 toneladas de frutas, verduras, legumes e outros gêneros alimentícios para 550 instituições socioassistenciais que atendem pessoas em situação de vulnerabilidade alimentar e nutricional. Os alimentos são captados através de duas fontes. Uma são as doações que os donos de lojas, supermercados e outros estabelecimentos fazem diretamente ao Banco de Alimentos da Ceasa. São produtos sem valor comercial, mas com valor nutricional. A outra fonte de captação é através do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). A Ceasa é a gestora do PAA no estado do RJ. Este ano, fomos contemplados com R\$ 4 milhões, do Ministério do Combate à Fome, para a aquisição de alimentos. Com essa verba, que será utilizada até outubro de 2025, a Ceasa compra a produção de agricultores familiares do estado do Rio e doa para o Banco de Alimentos, que faz a doação às instituições socioassistenciais cadastradas.

### Qual o volume de negócios realizados e os principais produtos comercializados pela Ceasa?

De abril a setembro de 2024 a Ceasa movimentou exatos R\$ 5.852.972.223,67. O produto mais vendido é a batata inglesa, com mais de 160 mil toneladas comercializadas no período, seguida de ovos, banana, laranja, cebola e tomate.

## Dicas e estratégias para maximizar venda sazonal

**M**arketing sazonal refere-se às vendas que podem variar durante algumas épocas do ano, ou seja, há meses em que um produto ou serviço tem aumento de vendas e há períodos em que as vendas desses mesmos produtos são menores. Sendo assim, é importante que os setores de marketing e de vendas possam identificar a sazonalidade das vendas.

Para vender produtos sazonais nas prateleiras, ter um bom planejamento de acordo com o nicho de negócio e entender as épocas de maior e menor demanda é fundamental. Além disso, é preciso estar atento ao mercado e ao comportamento do público para criar campanhas de vendas no momento certo.

Algumas estratégias de marketing para produtos sazonais incluem:

- Identificar datas relevantes para o público, como datas comemorativas ou criadas pelo comércio;
- Analisar o mercado periodicamente e acompanhar a concorrência;
- Oferecer vantagens exclusivas para quem compra fora da época tradicional;
- Mostrar que os produtos têm outras utilidades além das tradicionais;
- Criar campanhas de vendas com descontos, promoções ou prazos ampliados;
- Fazer telemarketing ativo para clientes tradicionais;

- Otimizar o espaço de armazenamento priorizando os itens com maior probabilidade de vendas.

As vendas sazonais são um jogo de estratégia que oferece uma série de benefícios atraentes, mas também traz desafios que exigem habilidade e planejamento. Compreender esses prós e contras é essencial para capitalizar ao máximo nas oportunidades sazonais.

Os benefícios são o aumento de receita, diversificação, criatividade e inovação e fortalecimento da marca junto aos clientes. Já entre os desafios estão o planejamento prévio, o controle da demanda para evitar desperdícios, o enfrentamento da concorrência intensificada.

A sazonalidade exerce um impacto significativo em diversos setores do mercado, moldando a demanda e influenciando as estratégias de negócios. Identificar esses setores e compreender como eles são afetados pela sazonalidade é fundamental para uma abordagem estratégica bem-sucedida.

A compreensão do efeito da sazonalidade em diferentes setores permite que os empreendedores antecipem flutuações de demanda



e planejem estratégias eficazes para cada cenário.

O marketing desempenha um papel fundamental em transformar vendas sazonais em oportunidades concretas de lucro. Com essas estratégias bem elaboradas, é possível criar conexões emocionais com os consumidores e aumentar significativamente o impacto das vendas em determinadas épocas.

Com a chegada das festas de fim de ano, devemos ficar atentos ao nosso planejamento comercial e de marketing para aproveitarmos da melhor forma possível o retorno que uma das datas comerciais mais fortes do ano.

Através de estratégias de marketing sazonal inteligentes é possível não apenas impulsionar as vendas, mas também fortalecer a conexão entre a marca e os consumidores. Boas vendas!

## LOGÍSTICA DE CONGELADOS

Somos especialistas em **logística de ultracongelados**, oferecendo uma solução integrada para empresas que precisam de **armazenagem e transporte seguro**. Nossas câmaras frigoríficas possuem capacidade para 600 posições pallets, além de **rigoroso controle de temperatura**, com gerador automático em caso de falta de energia, garantindo a conservação ideal de produtos como **carnes premium, sorvetes, pescados e muito mais**. Nossa frota de caminhões próprios está equipada para entregar em perfeitas condições em todo o estado do RJ.

Oferecemos serviços como picking, separação e contagem de estoque semanal, além de **controle detalhado de entrada e saída de produtos, com relatórios e canotos assinados no momento da entrega**. Para maior comodidade, disponibilizamos uma sala no galpão para vendedores e material de trade marketing.

(21) 98462-1197

Rua Teixeira Ribeiro - nº 123, Rio de Janeiro/RJ

Armazenagem especializada

Distribuição direcionada

Crossdocking eficiente

Gestão de estoque



2 CENTROS LOGÍSTICOS

Operador Logístico | Armazém Geral | Área de 42 mil m<sup>2</sup> | 40 mil posições pallet

6 Câmaras Frias  
Certificação ISO 9001  
Ambientes: seco, climatizado, refrigerado e congelado  
Gestão Integrada de Armazenagem e Transporte

Alta Tecnologia e Segurança  
Gestão do Estoque e Acuracidade  
Gestão de Inventários  
Picking Packing, Montagem de Kit e Embalagem

**BLUE**  
LOGÍSTICA

LOCALIZAÇÃO  
Matriz: Manguinhos - RJ  
Filial: Pavuna - RJ

(21) 98228-0107  
(21) 2139-9300  
@bluelogistica



www.bluelogistica.com.br



# RAYCO

simplificando cada detalhe

   /rayco.oficial

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

# kian

Linha Eletro

» presente  
em todos os  
momentos «





  /kianoficial  
[www.kian.com.br](http://www.kian.com.br)

## RECURSOS HUMANOS

# Contratações no final do ano, qual a melhor forma?

O final do ano está próximo e com isso há a necessidade de as empresas realizarem contratações. Mas qual a melhor forma de contratação? Trabalhadores temporários ou intermitentes?

Inicialmente a análise das duas modalidades de contratação poderá ajudar a empresa a decidir. Importante salientar que a principal diferença entre os dois é com relação ao vínculo de trabalho. O trabalhador temporário não é contratado diretamente pela empresa, a contratação se dará por uma empresa terceirizada. Já o trabalhador intermitente possui vínculo empregatício.

Assim, o Contrato de Trabalho Intermitente, é aquele no qual a prestação de serviços será realizada de forma descontinuada ocorrendo com alternância de períodos de prestação de serviços e de inatividade, determinados em horas, dias ou meses, independentemente do tipo de atividade do empregado e do empregador.

Poderá ser estipulado no contrato o local de prestação de serviços, os turnos, a forma de convocação e de resposta para a prestação de serviços. Lembrando que a convocação deve ocorrer com pelo menos três dias corridos de antecedência e o colaborador terá o prazo de 24 horas para dizer se aceita ou não o trabalho ofertado. Não se manifestando, se deduzirá a recusa no trabalho.

Ademais, nos períodos em que o trabalhador esteja inativo ele poderá prestar serviços a outros empregadores se assim desejar. O contrato deverá



mão-de-obra. O contrato temporário será celebrado entre a empresa de trabalho temporário e o tomador de serviços, e deve ser por escrito, contendo, obrigatoriamente, o motivo justificado da demanda de trabalho temporário, o prazo de prestação do serviço e o valor da prestação.

Importante destacar que o prazo do contrato de trabalho é de 180 dias consecutivos ou

ser celebrado por escrito e registrado na CTPS. O pagamento incluirá a remuneração acordada, férias proporcionais acrescidas de um terço, décimo terceiro salário proporcional, repouso semanal remunerado e será realizado imediatamente após a rescisão.

O empregador efetuará o recolhimento da contribuição previdenciária e o depósito do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço, na forma da lei, com base nos valores pagos no período mensal e fornecerá ao empregado comprovante do cumprimento dessas obrigações.

O trabalho intermitente é muito utilizado no setor de hotelaria, restaurantes e eventos, por tratar-se de empresas que possuem mais flexibilidade em relação à carga horária. Mas também é utilizado nas lojas de varejo.

Já o trabalho temporário é aquele prestado por pessoa física para atender a necessidade de substituição transitória de pessoal permanente (especialmente período de férias). Podemos citar, por exemplo, o aumento da demanda por produtos e serviços ou a substituição de

não para o mesmo tomador de serviço, prorrogável por mais 90 dias. Note que o profissional não poderá atuar na mesma empresa nos próximos 18 meses após o término. Os direitos do trabalhador temporário são equiparação salarial com os empregados permanentes da tomadora ( não podendo ser valor inferior ao do salário mínimo), jornada de oito horas, férias proporcionais, repouso semanal remunerado, CTPS registrada como temporário, seguro de acidente de trabalho. Não há a previsão de pagamento de aviso prévio e multa de 40% sobre o FGTS.

A vantagem da contratação temporária é que ela supre a necessidade pontual da empresa. Já a vantagem do contrato intermitente é que a empresa terá sempre um profissional à disposição para as situações atípicas e não terá custos fixos, pagando pelos dias trabalhados.

Deste modo, deve o empregador analisar cuidadosamente qual a melhor forma de contratação para o seu negócio.



# Mudanças do Clima e a Produção Agropecuária no Brasil: O desenho da Agricultura do Futuro

Por PAULA PACKER, chefe geral da Embrapa Meio Ambiente



**A**gricultura e a pecuária respondem por cerca de 30% do PIB brasileiro quando considerada toda a cadeia produtiva. No contexto das mudanças do clima, o setor ocupa uma posição ambígua, atuando tanto como vilão quanto como vítima desse fenômeno

global. Por um lado, as práticas agrícolas convencionais contribuem significativamente para a emissão de gases de efeito estufa. Por outro, a agricultura é extremamente vulnerável aos impactos das mudanças do clima, como secas, inundações e alterações nos padrões de temperatura e precipitação, que ameaçam a produtividade e a segurança alimentar. Essa dualidade reforça a urgência de práticas mais sustentáveis, que mitiguem os impactos ambientais enquanto fortalecem a resiliência do setor. As consequências econômicas das mudanças do clima na agricultura incluem perdas de produtividade, aumento nos custos de produção, flutuações nos preços de mercado e redução da competitividade.

Ao longo do tempo, a agricultura brasileira evoluiu significativamente com o apoio da ciência, que teve papel essencial na consolidação da força e relevância do setor. A transformação começou nos anos 1960 com a expansão das áreas de produção agropecuária, impulsionada por tecnologias e políticas de incentivo. Em seguida, a ciência liderou a conquista do Cerrado — até então considerado um solo infértil e impróprio para a agricultura. Com técnicas avançadas de correção do solo e desenvolvimento de cultivares

adaptadas, o Cerrado se tornou um dos principais polos produtivos do país.

Outro marco importante foi a tropicalização da agricultura e da pecuária, adaptando práticas, cultivares e sistemas de manejo de regiões temperadas para prosperarem no clima tropical brasileiro. Isso possibilitou a produção em grande escala de culturas como soja, milho e trigo, além de impulsionar a pecuária tropical com raças adaptadas e técnicas específicas para as condições brasileiras, fortalecendo o setor agropecuário.

Com o passar dos anos e o impacto crescente das mudanças climáticas, ficou evidente a necessidade de práticas agrícolas mais sustentáveis. Esse novo ciclo trouxe o manejo sustentável, cultivares mais resistentes e melhorias nos sistemas pecuários para mitigar e adaptar o setor às condições climáticas variáveis.

Hoje, o desafio é tropicalizar a sustentabilidade, isto é, adaptar práticas sustentáveis às particularidades do clima tropical brasileiro. Esse processo inclui desde o uso eficiente de recursos naturais até a implementação de sistemas de produção resilientes e de baixo impacto ambiental. Para garantir uma agricultura produtiva e responsável, são essenciais indicadores e métricas de sustentabilidade para monitorar o uso de água e solo, a biodiversidade, as emissões de gases de efeito estufa e a eficiência energética. Esses indicadores fornecem dados cruciais para avaliar o progresso de práticas sustentáveis e assegurar que o desenvolvimento agrícola contribua para a preservação ambiental e a segurança alimentar.

Sem medidas efetivas de adaptação, as projeções indicam uma possível retração significativa na produção agrícola nas próximas décadas, com impactos sobre o mercado interno e as exportações. Esse cenário representa riscos para a estabilidade econômica e o desenvolvimento regional, sobretudo em áreas rurais onde a agricultura é a principal fonte de renda.

## Lançamento Manteiga Kreminas S/ Sal MANTEIGA DE PRIMEIRA QUALIDADE



Tel 21 2682-7778 Cel 21 96481-3883

kreminas@kreminas.com.br ahumbertorepres@gmail.com

# De Minas para o Rio de Janeiro



www.cachacagaraciaba.com.br

(21) 99809-6053 - Leo Gomes

**Guaraciaba**  
CACHAÇA DE MINAS



## **CORTES ESPECIAIS** *Leve a vida mais saudável*



DISPONIBILIZE AGORA MESMO NO SEU ESTABELECIMENTO

+55 21 2584-7471 + 55 21 99648-3142

contato@grupomulti.org

GRUPO **MULTI**



# SEDE CAMPESTRE

FAÇA O SEU EVENTO CONOSCO.  
AGENDE UMA VISITA E SAIBA AS CONDIÇÕES.



ESTRADA DOS BANDEIRANTES, 28831-VARGEM GRANDE-RJ

☎ 21 97338-0316 • 21 2584-9472 • 21 2584-9191