

De bar e
mercearia a
potência
de atacado
e varejo

40
ANOS

GRUPO/BAHAMAS

O incansável
trabalho em
busca de
expansão

40 anos em 4

**O novo desafio de
crescimento do Grupo Bahamas**





HÁ 40 ANOS, O
**COMPROMISSO
COM VOCÊ**
É A FORÇA QUE
TRANSFORMA
TRABALHO EM
SUCESSO.

Em 1983, abrimos um bar.

E, a partir dele, criamos uma empresa que nos possibilitou brindar muitas conquistas.

Superamos incertezas, ultrapassamos desafios, expandimos e alcançamos sonhos.

Tudo através do trabalho e do compromisso com cada parceiro, colaborador e cliente.

Você faz parte do nosso sucesso. E, ao seu lado, chegamos até aqui!



GRUPO BAHAMAS

- 05** Editorial
- 06** Um operário e um marceneiro
- 06** Tudo começa antes
- 07** ‘E por que não um bar?’
- 08** Espírito empreendedor
- 09** O Ba’hamas
- 10** Talvez uma mercearia
- 13** A experiência da mercearia
- 14** O momento do mercado
- 16** Mais responsabilidades
- 17** Chega o Supermercado Bahamas
- 19** Desafio externo
- 20** A cidade é conquistada
- 23** O Bahamas em toda Juiz de Fora
- 23** Entradas e bandeiras
- 28** Crescer e multiplicar
- 30** Dores do crescimento
- 31** Apoio Externo
- 32** Francisco de Assis “Chiquinho”: um legado
- 33** Varejo e (por que não?) atacado
- 36** ‘Atender o consumidor em todos os seus momentos de compra’
- 39** Expandir e desbravar: novos caminhos por Minas Gerais
- 42** Filas e congestionamento
- 48** Governança: da idealização à formalização
- 50** Informação e transparência
- 53** O que nos espera no futuro



**No aniversário de
40 anos do Bahamas,
a Pif Paf Alimentos
celebra a parceria.**

Desses 40 anos de história, somos parceiros desde o início. Juntos contribuímos para levar mais qualidade e sabor à mesa de milhares de clientes e consumidores.

Viva o Bahamas!

PifPaf
alimentos

editorial

40 anos de trabalho e progresso

Quem lançasse um olhar para fora do botequim Ba'Hammas, na esquina da Avenida Santa Luzia com Rua Luiz Basílio Castor, em 1983 não veria nada de incomum: crianças jogando bola, automóveis Fiat 147 e Chevettes roncando no asfalto, bicicletas subindo e descendo ladeiras, donas de casa com suas sacolas, a vida ordinária correndo nas tardes juiz-foranas. Do balcão onde trabalhavam dia e noite, de segunda a segunda, os amigos e sócios Jovino Campos Reis e Paulo Roberto Lopes viam mais: o futuro de uma grande empresa, cuja semente era aquele modesto botequim do Bairro Santa Luzia.

Hoje, 40 anos depois, a projeção visionária de Jovino e Paulo Roberto frutificou em realidade. Com 74 lojas instaladas em Minas Gerais e empregando cerca de 10 mil colaboradores, o Grupo Bahamas está entre as 20 maiores redes supermercadistas do Brasil. Com a estratégia de atender o consumidor em todos os seus momentos de compras, o investimento em inovação e expansão foi constante ao longo de quatro décadas. Versátil, o Bahamas ampliou seu mix de produtos, diferenciou suas lojas, investiu no atacado e estabeleceu regionais em duas importantes regiões do estado: a Zona da Mata e o Triângulo Mineiro.

Isso tudo não aconteceu do dia para a noite. O esforço de muitas pessoas, entre familiares, colaboradores e fornecedores, foi determinante para que Jovino e Paulo Roberto transformassem aquele pequeno bar em Santa Luzia na potência de atacado e varejo que é hoje o Bahamas. E os planos para o futuro são igualmente ousados. O grupo pretende dobrar o faturamento nos próximos quatro anos e se posicionar entre as dez maiores redes do país. Nas páginas seguintes, você conhecerá a história desses arrojados empreendedores, os sonhos que realizaram e os que ainda estão por conquistar. O trabalho está em progresso.

Boa leitura!

Um **operário** e um **marceneiro**

Parecia um fim de tarde comum em Juiz de Fora, município da Zona da Mata de Minas Gerais. Como em muitos dias, chovia na cidade naquele fim de ano de 1982. A data exata ficou perdida na memória, mas fato é que a história a ser contada, através destas páginas, começa em um dia incomum.

Afinal, foi quando um operário de uma indústria de regadores e um marceneiro se encontraram na rua, em lados opostos, e resolveram se abrigar da tempestade em um famoso bar do Bairro Santa Luzia, na Zona Sul da cidade. No então Bar do Vira Vira, do falecido Senhor Oswaldo, entre uma conversa e outra, os então colegas definiram: "Vamos ter um bar."

Daquele encontro surgiria o "BA'HAMAS", um botequim que abriu as portas para dois empreendedores natos iniciarem suas jornadas. A partir da venda inicial de cachaça no varejo, para qualquer apreciador da aguardente, eles se tornariam dois dos maiores empresários varejistas do Brasil, fundadores da rede Bahamas de Supermercados, que agora completa 40 anos de história.

Tudo **começa** antes

Era para ser uma barraca para vender verduras e alguns produtos do campo. Ao menos era isso que idealizava o empresário Paulo Roberto Lopes, aos 24 anos, quando buscava formas de investir o seu próprio salário. Na época, o jovem trabalhava em uma fábrica de regadores, lamparinas e cafeteiras, ofício que iniciou aos 12 anos.

Nem sempre sobrou dinheiro para investir. Aliás, quase sempre as finanças eram apertadas.

Filho de Olegario Lopes e Martha Laier Lopes, Paulo Roberto começou a trabalhar cedo para ajudar com as contas de casa. O pai, praticamente analfabeto, comprava e vendia lenha em municípios da Zona da Mata e repassava para carvoarias da cidade.

Ele, além do ofício na fábrica, buscava formas de aumentar a renda: vendia laranja, entregava almoço, engraxava sapatos e, já adolescente, se aventurou até como instrutor de autoescola.

Estudou inicialmente até a quarta série primária, concluída em 1969. Mas não conseguiu dinheiro e nem tempo para o cursinho preparatório que dava a oportunidade de ingressar no ginásio. Apesar disso, obteve uma vitória: naquele ano, a grade curricular incluiu um quinto ano e a possibilidade de estudar à noite.

Mas não era possível avançar nos estudos. O ginásio, por exemplo, só voltou a ser realidade depois de quatro anos, quando passou a ser ofertado à noite, na Escola Municipal Oswaldo Velloso, também em Santa Luzia, na Rua Chácara.



‘E por que não um **bar?**’

Quando ouviu a história da barraca de verduras, o colega Jovino Campos, que se encontrou com Paulo no botequim do Senhor Oswaldo para fugir da chuva, fez uma contraproposta: “E por que não um bar?”

Erguer um negócio aos moldes de um “boteco” não estava no plano inicial de Jovino. À época ele trabalhava em uma fábrica de móveis no Bairro São Mateus, a Casa Passarela, onde, por coincidência, hoje funciona o Empório Bahamas São Mateus.

Filho de um marceneiro e uma dona de casa, José de Paula Reis Filho e Maria da Penha Campos dos Reis, Jovino é natural de Rio Pomba, município da Zona da Mata de Minas Gerais a cerca de 70 quilômetros de Juiz de Fora. E sente orgulho da cidade onde nasceu, cidade esta que, depois de muitos anos, foi agraciada ano passado com uma loja do Bahamas Mix, onde fez questão de homenagear seus pais.

Jovino veio para Juiz de Fora aos 9 anos. A mãe vendeu um pedaço de terra, herança do avô, e comprou um lote em Juiz de Fora, no Bairro Santa Luzia, conhecido na época como Cachoeirinha. Antes, foram morar de aluguel no Bairro Bela Aurora.

“Não há segredos para o sucesso. É resultado de preparação, muito trabalho e aprender com os erros”.

COLIN POWELL, EX-GENERAL DOS EUA

“Segredo do conhecimento: Primeiro aprenda a ouvir! Segundo a perguntar! E somente depois a opinar e ensinar!”

JOVINO CAMPOS

Em Santa Luzia a família ergueu uma casa humilde, sem reboco e nem piso. Com dificuldades, e para contribuir com as finanças, Jovino chegou a trabalhar no comércio, com cerca de 12 anos, como ajudante em um açougue. Também ajudava o pai, que lhe ensinou o ofício de marceneiro.

Aos 14, com carteira assinada, foi trabalhar em uma marcenaria da cidade, mas logo concluiu que o trabalho não traria o ganho financeiro que ele almejava para a vida. “Poderia ser um excelente marceneiro, mas não teria tudo que eu queria.”

Conciliava o trabalho com os estudos e conseguiu concluir o ginásio. Mais tarde, chegou a iniciar um curso de eletrônica, no Colégio Pio XII, mas não se formou.

Jovino nunca mais parou de trabalhar. E só se afastou do ofício de marceneiro aos 18 anos, quando se alistou no Exército e cumpriu o dever no Décimo Batalhão de Infantaria Leve-Montanha de Juiz de Fora. Logo depois, voltou a trabalhar em marcenaria, até o dia que se encontrou com o colega Paulo Roberto, no Vira Vira.



Espírito **empreendedor**

Há um ditado que diz que empreendedor não se forma, ele nasce. Tal habilidade exige um pouco de várias características em uma pessoa, e é isso que faz do empreendedor de sucesso algo raro. Na história do Bahamas, os principais ingredientes estão com os seus idealizadores, mas eles não são completos. Na verdade, se completam.

Paulo é bom com as finanças e Jovino é corajoso. E ambos são trabalhadores incansáveis com uma visão de futuro bem definida. Se os passos estão no presente, o olhar já está no horizonte.

E foi assim desde o princípio. Quando os colegas definiram pelo bar, Paulo já havia idealizado onde. É que o seu tio Chico estava construindo uma pequena loja, de apenas 36m², na Avenida Santa Luzia, esquina com a Rua Luiz Basílio Castor. A ideia era preparar uma loja e colocar para aluguel no ano seguinte. Mas quis o destino encurtar os processos.

Na semana seguinte da conversa no Vira Vira, ambos procuraram tio Chico e fizeram a oferta: concluiriam a obra em troca de abonos nos aluguéis. Ele topou. E Jovino, como bom marceneiro, se encarregou de preparar o balcão, armários e as primeiras mesas e cadeiras.

“Se você olhar bem de perto, a maioria dos sucessos que aconteceram da noite para o dia levaram muito tempo”.

STEVE JOBS, COFUNDADOR DA APPLE

Já aconteceu com você alguma vez? Você não conseguiu dormir preocupado com um problema não resolvido? Devia acontecer sempre, assim você passaria a buscar solução para aquele problema e voltaria a dormir tranquilo!

JOVINO CAMPOS

A semente do Grupo Bahamas foi plantada no ano de 1983 em uma loja de 36m², no Bairro Santa Luzia, em Juiz de Fora, onde funcionou um bar que chegava a ficar até 24 horas aberto



O “BA´HAMAS”

A ideia do bar não era em vão. Sem muitos recursos financeiros, era preciso garantir uma segunda fonte de renda caso o empreendimento não desse certo.

Por isso, Paulo Roberto investiu o pouco que tinha e continuou na fábrica de regadores durante o dia e ia ao bar à noite. Mas teve que renunciar aos estudos, pois havia voltado recentemente para as salas de aula, no curso técnico de edificações do Colégio Pio XII. Fez dois dos quatro anos previstos na grade, quando optou apenas pelo trabalho.

Jovino, que já não queria mais o ofício de marceneiro – e a situação financeira do empregador não era das melhores –, ficaria durante o dia no bar. E para isso, apostou o que tinha: vendeu carro, bicicleta e som para juntar um pouco de dinheiro. “Lembro que, para abrir o boteco, tivemos que recorrer a familiares e amigos, pois não tínhamos dinheiro para comprar o primeiro estoque”, diz Jovino.



O nome veio do Atlas. Ao olhar para os países do Globo Terrestre, se depararam com um nome sugestivo para um bar: “Bahamas”. Sempre foi assim, com H, mas no começo com o uso do apóstrofo para reforçar o duplo sentido da palavra: Ba’Hammas.

Não tinha como dar errado. Ao menos não para quem gosta e muito de trabalhar. O bar, que abriu as portas em 14 de março de 1983, chegava a ficar 24 horas sem fechar e vendia basicamente cachaça e alguns tira-gostos. Para se ter ideia, cada dose de pinga custava o equivalente hoje a R\$ 0,50, e a garrafa – comprada por cerca de R\$ 1 - rendia até 16 doses.

Em dias normais, as atividades no Ba’Hammas começavam às 5h30. Era quando Jovino ou Paulo – sempre intercalando – pegava uma bicicleta e ia até uma padaria no Bairro Santa Luzia comprar pão, que depois seria vendido no balcão.

Às 6h as portas já estavam abertas ao público, se estendendo até 22h ou 23h, ou passando a madrugada. “Aos poucos a gente foi colocando alguns atrativos aqui, como mesa de sinuca e totó. Então o cliente chegava para tomar uma cerveja já bem tarde e não ia mais embora”, lembra Jovino. “Várias noites eu fechava o bar, já de manhã, ia até a casa da minha mãe aqui perto tomar banho e depois seguia para a fábrica”, conta Paulo Roberto.

Aliás, nos fins de semana não havia grade de horários. Ambos passavam a noite no estabelecimento, se preciso.

o ba'hamas

Talvez uma **mercearia**

Não era possível manter esta rotina por muito tempo. E a confiança no negócio só aumentava. Entre junho e julho, promovido por Jovino e Paulo, um arraiá típico aconteceu em frente ao bar. Com os recursos angariados, os jovens empreendedores conseguiram comprar um carro de sociedade e ainda sobrou dinheiro para investir mais no negócio.

Certo de que estavam no caminho certo, em agosto Paulo Roberto pediu demissão na fábrica de regadores. Não era um simples pedido de desligamento. Afinal, ele atuava na mesma empresa há 12 anos e já possuía um bom cargo, de encarregado. Nos dias atuais, seu salário seria o equivalente a quatro mínimos.

Entretanto, ele precisava do dinheiro para expandir a sociedade com Jovino. Isso porque ficou claro, nos primeiros meses, que só o bar não daria certo, principalmente em razão dos horários estendidos madrugada adentro.

Mas não foi um desligamento fácil. Ao invés de demissão, seus empregadores lhe deram férias para ele descansar, pensar e com a promessa de resolver a situação em setembro.

No dia prometido, recebeu a informação que precisavam muito do seu trabalho, em razão de uma grande encomenda que precisava ser cumprida em tempo curto. Só em 5 de outubro Paulo Roberto conseguiu a demissão e recebeu o que era seu de direito.

Com o novo recurso, Paulo e Jovino investiram em mercadorias—queeramadquiridasematacadistas e alguns representantes - e transformaram o espaço em bar e mercearia. Ainda havia a venda de cerveja e cachaça no varejo, mas agora os atrativos alcoólicos e os tira-gostos disputavam espaço com arroz, feijão, materiais de limpeza e outros produtos de primeira necessidade.

Foi neste tempo, aliás, que a ideia inicial de Paulo foi colocada em prática, com a comercialização de frutas, verduras e outros produtos do campo.

Com o aumento do faturamento, também surgiram problemas. Pois não era atrativo intercalar os públicos em um mesmo ambiente, e muitas donas de casa poderiam evitar comprar os itens no local para não ter que se indispor com alguém alcoolizado.

Foi com a intenção de resolver esta questão que, ainda em 1983, foi inaugurada uma segunda unidade, na esquina da Rua Francisco Henrique com a Rua Maria Pires, quase em frente à primeira loja. Desta vez uma mercearia, com vendas de bebidas apenas para consumo em casa.

Deu certo. Tanto que motivou os empresários a encerrar a atividade de bar em março de 1984. Naquele início de ano, o agora Bahamas, sem apóstrofo, era duas mercearias.

“Acredito na oração com ação. Oração sem ação não é solução!”

JOVINO CAMPOS

A CERVEJA QUE CRIOU O ESTILO MUNICH HELLES





Eu poderia fazer um anúncio cheio de famosos para chamar sua atenção, mas o comercial pediu para comunicar que temos mais de 7 milhões de acessos por ano e 23 anos de experiência em encantar o seu cliente.

VAMOS CONVERSAR?



    @zinecultural

A experiência da mercearia

A experiência da mercearia preparou o terreno para o que estava por vir. Pois com a venda de produtos no varejo, Paulo e Jovino, agora com a ajuda de irmãos, aprenderam na prática a fazer a boa relação com o cliente.

Em 1984 Jovino se casou com a irmã de Paulo, Marta Cristina, que em vários momentos também ajudou em diversas funções na pequena mercearia.

Na mercearia, o contato com o freguês era mais próximo. Pois era do balcão que vinham os pedidos das mercadorias, muitas delas vendidas a granel, como açúcar, macarrão, milho e feijão. Entre um atendimento e outro a mercearia ganhou fama como um bom local para se fazer pequenas compras. Ou até mesmo aquisições maiores, já que em determinado momento começou a ser oferecido o serviço de entrega, feito de bicicleta, inicialmente por Jovino e Paulo.

Não era uma bicicleta qualquer. Era um veículo para carregar caixas, tão pesado quanto as encomendas que subiam as intermináveis ladeiras da região do Bairro Santa Luzia. Atividade pesada, feita por meninos.

Um deles era Geraldo Magela, irmão de Jovino. Aos 13 anos, ele já ficava por ali, na porta, ajudando os sócios em atividades esporádicas. “Com 15 anos assinaram minha carteira. Fazia um pouco de tudo: buscava pão, descarregava mercadorias e fazia as entregas dos clientes, naquelas bicicletas de freio contrapedal. Chegava a levar duas caixas que certamente pesavam mais do que eu”, recorda ele, que ao todo ficou 35 anos na empresa e chegou ao cargo de diretor regional, passando ainda pela área comercial e gerência de centro de distribuição.

Geraldo não atuava sozinho. Com ele, estava o Elias Marcelo, o Celinho, irmão de Paulo Roberto. Ele tinha 14 anos quando começou a trabalhar na mercearia e acompanhou de perto todo o crescimento da hoje rede de supermercados.

Havia também Reginaldo Resende, o primeiro funcionário de carteira assinada que não era da família. Começou aos 16 anos, também ajudando nas entregas, e está na empresa até hoje. Atualmente ocupa o cargo de Gerente Geral da Bandeira Hipermercado. “Eu aprendi muito ao longo desses quase 40 anos no Bahamas. Visto essa camisa como a minha segunda pele”, declara Reginaldo. “Aprendi muito com Jovino e Paulinho, tenho os dois como espelho, e fico feliz de ter sido mentor de muitos outros colaboradores que hoje estão aí como gerentes e subgerentes. O Bahamas me deu oportunidade de dar oportunidade às pessoas.”

“Sucesso não é a chave para a felicidade. Felicidade é a chave para o sucesso. Se você ama o que está fazendo, você será bem sucedido”.

ALBERT SCHWEITZER,
FILÓSOFO E ESCRITOR



O momento do **mercado**

Com o sucesso da mercearia, Paulo e Jovino deixaram sem palavras alguns críticos. Isso porque muitos diziam que trocar a venda de bebida alcoólica por produtos da cesta básica, com margem de lucro menor, os levaria ao fracasso.

A história mostra que estas pessoas estavam enganadas. E nadando contra a maré, os empresários não só consolidaram a mercearia como deram um passo além, com a abertura de um mercado, em 1985.

O endereço ainda era a Zona Sul de Juiz de Fora, mas desta vez no Bairro Ipiranga, que fica próximo ao Santa Luzia, na Avenida Darcy Vargas.

“Se comparar com o bar e mercearia, era uma loja gigante”, lembra Ana Lucia Campos, irmã de Jovino, e que trabalhou no Bahamas pela primeira vez aos 16 anos. Na mercearia, Ana era caixa, mas também auxiliava em outras funções, como etiquetar preços e pesar mercadorias a granel. Só não fazia entregas, que eram de responsabilidade dos meninos. Depois, foi trilhando outros caminhos, até chegar a gerente do setor fiscal, onde permaneceu até 2019.



O primeiro mercado do Bahamas foi inaugurado no Bairro Santa Luzia, em 1985, após as boas experiências conquistadas com o bar e as mercearias

Seu dia
pede
Sadia

Deixe seus dias
mais gostosos
com Sadia.



Mais responsabilidades

A estrutura de um mercado é diferente de uma mercearia. Neste tipo de empreendimento, já existe, por exemplo, o conceito de autosserviço. Ou seja, o próprio cliente pega os seus produtos em prateleiras e depois efetua o pagamento em caixa, o conhecido checkout.

Paulo e Jovino sabiam desta responsabilidade e da necessidade de atender às expectativas de um novo público. Para isso, foi feita uma grande aposta em ampliação do mix de produtos e da contratação de colaboradores. Depois de consolidado, o mercado Bahamas da Darcy Vargas chegou a ofertar seis postos de trabalho.

Também foi necessário dividir melhor as tarefas de cada um na sociedade. Paulo, que sempre teve facilidade com finanças, cuidava da parte burocrática, como contas a pagar, tributos e pessoal. Jovino, por sua vez, ampliava as relações para se aproximar dos fornecedores, indústria e de representantes comerciais. Curiosamente, e embora com outras inúmeras responsabilidades, e guardadas as devidas proporções, esta essência se mantém até os dias atuais.

Com o lucro das duas mercearias e do mercado, Paulo e Jovino deram o primeiro grande passo do empreendimento ao adquirir um terreno e construir o primeiro supermercado, desta vez no Bairro São Pedro, na Cidade Alta de Juiz de Fora, em 1987



Chega o Supermercado

BAHAMAS

Era 1987. Três anos após a abertura de um bar, Paulo e Jovino dão aquele que foi o maior passo da história do Bahamas até aquele momento. Pela primeira vez, a marca saíria de uma região da cidade para chegar a outra, através da construção de um supermercado a partir do zero. Literalmente do zero.

Com os bons negócios do mercado e das mercearias, os empreendedores resolvem fechar o primeiro empreendimento – onde começa a história, através do bar – para captar recursos e ampliar para a Cidade Alta de Juiz de Fora.

O destino era o Bairro São Pedro, que desde a década de 70 possui franco crescimento no município, principalmente pela possibilidade física de expansão territorial, como também pelo seu principal atrativo, a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

Para fazer o sonho se tornar realidade, Paulo e Jovino passam o ponto da primeira loja para um comerciante que, posteriormente, abriu uma padaria no endereço. Com o dinheiro das luvas, além do faturamento da mercearia e do mercado, os sócios adquirem um terreno na Avenida Presidente Costa e Silva – a principal do bairro – para a construção do supermercado.

“Nossa família ficou muito preocupada na época, pois havia supermercados já naquele bairro e o investimento era alto”, lembra Paulo. “Eu sempre fui muito corajoso e, juntos, fizemos aquilo acontecer. Negociava preços com os fornecedores e, aos poucos, ganhamos nosso espaço”, acrescenta Jovino.

Não era apenas abrir um empreendimento. Ter um supermercado representava calçar um caminho que ou levaria os dois para frente ou interromperia o sonho diante de um abismo. Jovino lembra que, nesta época, muitos diziam que ele e Paulo eram “testa de ferro” de uma ou outra pessoa da cidade, ignorando que a honestidade e o trabalho é que levavam os dois empresários a degraus cada vez mais altos.

Na loja do Bairro São Pedro, o Bahamas contratou cerca de dez colaboradores que atuavam em uma área construída de aproximadamente 300 metros quadrados.



Para você ter qualidade à mesa. O Bahamas se supera em tudo, a começar pelo arroz.

O queridinho da culinária brasileira já está disponível nas nossas prateleiras.
Experimente receitas muito mais saborosas com o arroz Bahamas
e garanta um sabor especial para os momentos em família.



Fique ligado nas novidades.
Em breve, mais lançamentos fresquinhos saem do forno.

BAHAMAS

Desafio externo

Não bastava visão para empreender no Brasil no fim da década de 80. Isso porque, naquela época, o cenário econômico era dos piores, o que exigia dos empreendedores uma dose extra de coragem. A hiperinflação era uma realidade amarga, que prejudicava as famílias – sobretudo as mais humildes – mas que também levava milhares de empresas à falência.

Das dificuldades, surgiam as grandes oportunidades, como lembra Geraldo Magela da Silva, que esteve na empresa 33 dos 40 anos de história e acompanhou de perto esta época. “Foi a pior crise que vivemos, porque não tínhamos gordura para queimar e o Bahamas continuava crescendo. Paulo e Jovino sempre tiveram muita visão do negócio, e esta época provou isso.”

Conforme Paulo, havia dias que a vontade era nem abrir as lojas, dadas as mudanças nos preços que surpreendiam a todos da noite para o dia. “A gente tinha que correr para comprar produtos e manter os estoques, porque as famílias faziam o mesmo. Recebiam salário em um dia e já corriam para o mercado com medo de não conseguir mais pagar no dia seguinte.”

Nesta época, por exemplo, Paulo lembra que ele e Jovino decidiram por abolir o uso das etiquetas de preços nas áreas de compras. “Era tudo etiquetado no depósito. Porque quando viam os funcionários fazendo as marcações achavam que já estava ficando mais caro. E às vezes nem era isso, mas aquela máquina de etiquetar dava um efeito psicológico muito negativo na população.”

O Bahamas se populariza em 1988 a partir da inauguração da unidade na Avenida Rio Branco, o principal corredor de tráfego de Juiz de Fora



A cidade é **conquistada**

Ainda assim o Bahamas continuou crescendo, com muita criatividade e coragem. Prova disso é o “grande marco”, palavras utilizadas por Paulo Roberto para definir o que foi abrir uma loja do Bahamas no coração de Juiz de Fora.

Em 1988, o supermercado dá o passo mais audacioso da sua história e passa a enfrentar os grandes do setor ao chegar à Avenida Rio Branco, o principal corredor de tráfego do município, destino da população de todas as regiões.

O endereço nobre, em frente à Rua Antônio Carlos, era um ponto comercial tradicional e conhecido da cidade. Durante muitos anos, naquela mesma locação, funcionou a Churrascaria Avenida, um empreendimento que teve seus momentos de glória nos idos dos anos 80.

Não dava para desperdiçar a oportunidade. Aliás, ter a coragem de alugar este imóvel representa e muito a sociedade de Paulo e Jovino e o que os diferencia de muitos outros empreendedores. Afinal, uma vez mais, era preciso equilibrar a coragem com o pé no chão, assumindo enfrentar riscos, mas com a convicção de que era possível vencer mais esta etapa.

“Muda tudo. Com esta loja era preciso ampliar o número de fornecedores. Passamos a ficar mais visados com a fiscalização e começamos a aparecer para a imprensa”, recorda Jovino, falando que tão logo a loja foi aberta se viu a necessidade de investimentos até então inexistentes.

“Antes da Rio Branco, a gente comunicava ofertas com cartazes na porta das lojas. Agora era preciso anunciar em rádios, jornais e televisão.”

Para consolidar o público que chegava de todas as regiões de Juiz de Fora, o chamado Bahamas Avenida tinha uma estratégia arrojada. A ideia era focar em produtos populares – sobretudo da cesta básica – e vendê-los a preços agressivos.

Além disso, era preciso ampliar o mix. Um exemplo disso é recordado por Paulo Roberto. “Até a loja de São Pedro a gente tinha uma parceria com a Coca-Cola em Juiz de Fora e só vendia cerveja Kaiser (que pertencia à marca). Mas na Rio Branco os clientes começaram a cobrar as outras marcas, como Antártica, Brahma e Skol. Não dava mais para manter a oferta limitada em prol de um preço melhor.”

A loja Bahamas Avenida ficou aberta até 1994. Neste ano, o proprietário do terreno solicitou o espaço, que depois foi vendido para um empreendimento imobiliário até hoje não construído. O local, hoje, abriga um estacionamento.

A loja fechou, mas o supermercado nunca mais saiu da Avenida Rio Branco. No mesmo ano, foi aberto o Bahamas São Vicente, na mesma via, mas na altura do Bairro Alto dos Passos. Hoje, é a maior da cidade em faturamento no segmento varejista.

Naquela altura, o Bahamas já possuía aproximadamente 250 colaboradores diretos.



Parabéns Bahamas

Nosso desejo é que os próximos **40 anos** sejam cheios de **resultados positivos!**
O privilégio é todo nosso em **acompanhar** tantas **boas histórias** aqui **na nossa telinha.**



TV INTEGRACAO

g1 ge gshow globoplay

95.1
Cultura FM

MIX
Bahamas

104.7
Regional FM

103.9
Cultura FM

A novidade **Bahamas 24 horas**

O Bahamas São Vicente foi inaugurado em 1994 após o fechamento da primeira unidade na Avenida Rio Branco, em frente à Rua Antônio Carlos. Oito anos depois, em 2006, a unidade apresentou uma grande novidade em Juiz de Fora, o Bahamas 24 horas.

Na época, Paulo e Jovino idealizaram um espaço de compras que pudesse funcionar sem fechar, agregando outros serviços essenciais para a população. A unidade passou por grande reforma em 2015, ampliando a loja e oferecendo ao público uma grande praça de alimentação, além de outras lojas no entorno.

O modelo 24 horas foi um sucesso, que se manteve ativo até 2018. Naquele ano, os empreendedores lançaram uma nova bandeira, o Bahamas Express, cuja primeira loja - considerada modelo - também ficava no São Vicente.

A partir daquela abertura, a unidade Express passou a abrir à noite e de madrugada, enquanto a loja hiper manteve o funcionamento em horário alternados.



Depois que o proprietário vendeu o terreno onde estava o Bahamas Avenida, Jovino e Paulo adquiriram o Bahamas São Vicente, na mesma via, onde funcionava uma tradicional indústria. Em 1994, foi erguido no local um modesto supermercado, que logo se transformou no primeiro hiper do Grupo. Lá surgiu também a experiência do Bahamas 24 horas

○ Bahamas em toda Juiz de Fora

Quem poderia imaginar que somente cinco anos após a abertura de um bar – para muitos, uma aventura – o Bahamas se tornaria a principal rede de supermercados do município?

A exposição da marca na Avenida Rio Branco fez com que os empreendedores ganhassem ainda mais fôlego para expandir o número de lojas por todas as regiões da cidade.

Trata-se de um movimento que até hoje não parou e que, na prática, levou o Bahamas aos bairros. “É uma estratégia que mantemos até hoje. Porque existe muita dificuldade de as pessoas se deslocarem até o Centro. Então a gente começou a ir até os bairros para atender o nosso público”, conta Jovino.

Com o crescimento, foi preciso melhorar a organização, principalmente para manter os estoques das lojas em boas condições. Quem lembra bem desta fase é o hoje gestor de compras e mercearia seca Lourival Toledo. O setor dele corresponde a quase 40% do faturamento da rede. “Eu trabalhava em uma cooperativa de consumo da Facit (indústria de máquinas de escrever que fechou as portas na década de 90). Era responsável por comprar suprimentos e oferecer aos colaboradores, com bons preços e possibilidade de desconto em folha de pagamento. Foi quando o Paulo Roberto me chamou para trabalhar no Bahamas, em 1989”, lembra ele, que também era morador do Bairro Santa Luzia e se casou com a irmã da esposa de Paulo, Márcia.

“Quando entrei, fui trabalhar no depósito de mercadorias que a empresa havia adquirido e ficava no Bairro Ipiranga. Lá também eu organizava o empacotamento de açúcar, pois comprávamos a granel e colocávamos em sacos de 5 quilos para vender nas cinco lojas Bahamas que já existiam.” O objetivo do trabalho, segundo ele, era não deixar faltar produtos nas unidades.

Entradas e bandeiras

Com a popularização da marca em Juiz de Fora, a ousadia de Jovino e Paulo Roberto se viu premiada. “Quanto mais eu trabalho, mais sorte eu tenho”, costuma brincar Jovino com seus interlocutores quando o assunto é o notável sucesso da empresa. Novas bandeiras foram sendo criadas de acordo com o tamanho e a proposta de cada loja, como Mercado, Supermercado, Hipermercado...

Mas apesar de os negócios irem muito bem no início dos anos 1990, eles não estavam sozinhos no jogo. Outras redes faziam seus movimentos no tabuleiro e era preciso pensar estrategicamente. Alcançar o sucesso é uma coisa; manter-se lá é outra bem diferente. E Jovino e Paulo Roberto sabiam bem disso.

“Quando o Carrefour anunciou sua vinda para Juiz de Fora, muita gente dizia ‘ah, o Bahamas vai quebrar’”, recorda-se Paulo Roberto. Era um momento em que havia muitos supermercados abrindo na cidade, além do próprio Bahamas, que seguia sua expansão pelos bairros. Foi quando uma oportunidade surgiu.



Celebrar os 40 é essencial.



A Porto Alegre parabeniza o Grupo Bahamas por 40 anos de parceria e excelência. Nossa conexão vem de uma missão em comum: trazer qualidade e alegria para tantas famílias.

Sucesso e felicidades!



laticiniosportoalegre.com.br

“Uma empresa de Ponte Nova tinha algumas lojas e nos ofereceu”, conta Jovino. “Até como experiência, para ver como seria trabalhar fora de Juiz de Fora, resolvemos ir. Compramos duas lojas. Naquele momento não era um investimento muito alto e decidimos encarar o desafio. Gostamos da experiência e começamos a abrir mais lojas na Zona da Mata.”

Um dos primeiros funcionários do Bahamas na loja de Viçosa, inaugurada em dezembro de 1993, é Aires Vanderlei Bernardes, de 54 anos. A loja de Ponte Nova veio um mês depois, em janeiro de 1994.

Natural de Viçosa, Aires se lembra bem da chegada da loja ao município. “Foi um alvoroço danado, parou a cidade.” Aires trabalhava no mercadinho que funcionava anteriormente no lugar do Bahamas. “Eles vieram aqui e perguntaram quem queria ficar, e eu quis. Porque eu vi que era uma empresa que iria crescer, e eu

queria fazer parte desse crescimento. Hoje eu fico muito feliz de ver que esse crescimento é real e que eu contribuí de alguma forma para que isso esteja acontecendo.”

Aires começou no Bahamas como repositor de loja. Trinta anos depois, é gerente geral de uma unidade que emprega 130 pessoas, entre colaboradores diretos e indiretos. “Comecei como repositor, depois fui promovido a fiscal de caixa. Fiquei uns seis, sete anos como fiscal de caixa, e apareceu outra oportunidade para atuar como encarregado de loja (atual chefe de seção). Fiquei mais uns dois anos e fui promovido a subgerente, posição que ocupei por seis ou sete anos também. Vim adquirindo experiência, conhecimento, a cada dia querendo aprender um pouco mais, e veio a oportunidade de ser gerente de loja, que era uma coisa que eu já tinha pensado pra mim lá atrás: ‘um dia eu vou ser gerente dessa loja’. E deu tudo certo.”

A primeira expansão do Grupo Bahamas para além de Juiz de Fora ocorreu na região da Zona da Mata, nos municípios de Viçosa (dezembro de 1993) e Ponte Nova (janeiro de 1994)



Os sabores do mundo se
ENCONTRAM NAS LOJAS DO

GRUPO BAHAMAS

Descubra a linha de importados exclusivos
do **Grupo Bahamas** e conte com a **qualidade**
e a **variedade** que você precisava para dar um
toque especial às suas receitas.

Bon appétit!



GRUPO BAHAMAS

Bahamas: bandeiras diversas para todos os momentos de compras

O crescimento do Bahamas levou também a uma maior particularização das lojas, de modo a atender todo perfil de cliente em todos os momentos de compra. Nasceram assim as seis bandeiras do grupo, que seguem listadas abaixo.

Bahamas Mercado

Mantendo viva a tradição fundamental do Bahamas, de se conectar com sua comunidade, o Bahamas Mercado é uma loja de menor porte, que desempenhou papel importante no processo de expansão territorial local do grupo. Está presente de forma muito consistente em Juiz de Fora, nos bairros Santa Luzia, Poço Rico, Grama, Francisco Bernardino e Benfica.

Supermercado Bahamas

Com um mix maior de produtos em relação ao seu irmão primogênito, o Supermercado Bahamas também ocupa maior espaço físico. Essencial na expansão regional do grupo, hoje tem lojas espalhadas pelas cidades de Juiz de Fora, Uberlândia, Barbacena, Viçosa, Ponte Nova, Além Paraíba, Cataguases, São João del-Rei e Muriaé.

Bahamas Mix

O Bahamas Mix foi uma das mais certeiras apostas de Paulo Roberto Lopes e Jovino Campos Reis. Essas lojas amplas, no estilo atacarejo - ou seja, que atendem simultaneamente ao consumidor final e ao revendedor -, representam quase metade das unidades do Bahamas em Minas Gerais. São 33 unidades espalhadas em duas regionais: Zona da Mata e Triângulo Mineiro.

Empório Bahamas

O Empório Bahamas nasce de uma observação de Jovino e Paulo Roberto: uma fatia do público simpático ao grupo não encontrava os produtos sofisticados que buscava. Foi criada então a bandeira Empório, que prima por um design interno de loja mais elaborado e por um mix de produtos selecionados. São oito lojas instaladas em Juiz de Fora, Uberlândia, Uberaba, Ubá e Muriaé.

Bahamas Hipermercado

O Bahamas comercializa hoje algo em torno de 13 mil itens em suas lojas. Boa parte desses produtos podem ser encontrados nas lojas da bandeira Hipermercado. Instaladas em Juiz de Fora, em terrenos que variam de 6,5 mil a 20 mil metros quadrados, são dedicadas ao varejo e possuem um mix variado, pronto a atender as necessidades de qualquer perfil de consumidor.

Bahamas Express

Bandeira mais recente do Grupo Bahamas, as lojas Express são uma evolução do conceito de conveniência. Além dos produtos para consumo imediato, típicos das lojinhas de posto de gasolina, o Bahamas Express tem em suas gôndolas um mix muito preciso de itens de primeira necessidade, como materiais de limpeza e higiene pessoal, além de gêneros alimentícios diversos.

BAHAMAS

BAHAMAS MIX
O MENOR PREÇO NO VAREJO MELHOR AINDA NO ATACADO

EMPÓRIO
BAHAMAS

BAHAMAS
express 



Crescer e **multiplicar**

A segunda metade dos anos 1990 e o início dos anos 2000 foram marcados pela primeira grande expansão do Grupo Bahamas. Depois de Viçosa e Ponte Nova, foram abertas lojas em Cataguases e Ubá, ampliando a presença da marca. Localmente, o Bahamas foi ocupando todas as regiões de Juiz de Fora. Centro, Manoel Honório, Poço Rico, Grama, Santa Luzia, Zona Norte...

“Essa estratégia foi nossa aqui em Juiz de Fora, de começar a espalhar”, lembra Paulo Roberto. “Se chegava um concorrente na Zona Sul, ou no Centro, disputando com a nossa loja, a gente permanecia firme ali, mas abria novas frentes nos bairros. E isso fez com que a gente fosse diversificando o modelo de lojas também, criando as bandeiras”.

Com mercados (lojas menores) e supermercados (lojas um pouco maiores), o Bahamas decidiu investir na criação de hipermercados, como assinala Jovino. “Quando nos pediram o imóvel do Bahamas Avenida e tivemos que mudar para o São Vicente, em 1994, ainda era uma loja pequena. Mas depois transformamos em hipermercado, foi o primeiro dessa bandeira. E aí veio o do Manoel Honório, em 1996, depois o da Getúlio Vargas, já em 2003, e mais recentemente o de São Pedro, que convertemos em hiper também.”





No ano 2000, dentro da estratégia de multiplicar a marca Bahamas pela cidade, o supermercado inaugurou uma nova unidade em Santa Luzia, bairro onde a história começou. Na abertura estiveram presentes amigos e familiares, como os pais de Jovino, José de Paula e Maria da Penha; sua esposa, Marta Cristina; suas filhas Debora e Alice; e a esposa de Paulo Roberto, Isabel Cristina

OS R S E N E

Pedro Bismarck nasceu em Muriaé, mas a vida o fez juiz-forano. Adotou a cidade em fins dos anos 1970, quando veio servir o Exército. Fazedor de graça desde o berço, nas brincadeiras com os colegas soldados pariu o Nerso da Capitinga, na época “Denilson”. De shows em barzinhos ao sucesso na “Escolinha do Professor Raimundo”, sob a batuta de Chico Anysio, Pedro ganhou o país representando o jeito mineiro.

Até hoje, para muitos, Pedro é a cara de Minas. E para tantos outros, é a cara do Bahamas. “Eu já era cliente do Bahamas nos anos 1980 e sou até hoje. Eu morava no Bairro Borboleta e ia até o São Pedro fazer compras”, recorda. “Preço imbatível, né?” Até se tornar o rosto da marca, todavia, demorou. Antes disso, Pedro Bismarck se tornou amigo de Jovino.

“Eu e Jovino somos vizinhos de sítio em Piau”, comenta. “Ele comprou o dele em 1993, eu comprei em 1994. Fizemos nossos sítios juntos, nossos filhos cresceram juntos, frequentando a casa um do outro. E ali frequentava também o Chiquinho, irmão do Jovino, que era o responsável pelo marketing do Bahamas na época, junto com o Nelson Jr. Eu estava na Globo, o personagem Nerso da Capitinga agradando bastante, e nós começamos a fazer propaganda em 1999.” Mas Pedro faz uma ressalva: “serviço é serviço, amizade é amizade. A Capitinga Produções presta serviços para o Grupo Bahamas. Eu e Jovino não falamos de trabalho.”

Jovino confirma a observação do amigo. “Combinamosdenuncafalaremtermosprofissionais. Até hoje eu não falo. Quem lidava com o Pedro era meu irmão Chiquinho. Ele trabalhou muito tempo na Coca-Cola, veio trabalhar com a gente na área de marketing e contribuiu muito. Era muito querido por todos na empresa e faz muita falta até hoje”, comenta Jovino sobre o irmão, já falecido.

“Foi o Chiquinho que falou: ‘o Pedro Bis é seu amigo, acho que ele seria uma boa pessoa pra fazer propaganda’. E eu falei pro Chiquinho: ‘olha, eu tenho um acordo com ele e não falamos de negócios’. Aí o Chiquinho conversou e trouxe o Pedro pra gente. É uma pessoa idônea, uma pessoa bacana, um cara discreto na vida pessoal. É a imagem do Bahamas.”



Em 1999, o humorista Pedro Bismarck, nacionalmente conhecido pelo personagem Nerso da Capitinga, assina contrato e se torna o garoto propaganda do Grupo Bahamas

Dores do **crescimento**

Essa expansão, todavia, não ocorreu sem percalços. O crescimento desordenado, comandado por dois empreendedores arrojados, mas ainda não totalmente preparados para o tamanho que seu negócio vinha ganhando, cobrou sua fatura.

“Passamos por um grande sufoco financeiro na virada dos anos 1990 para o ano 2000”, recorda Jovino. Maria Ângela, 52 anos, é secretária da Presidência do Bahamas. Na empresa desde 1991, ela começou como recepcionista no escritório que funcionava no Jôquei Clube, passou a trabalhar no setor de Contas a pagar e, logo depois, se tornou secretária de Jovino e Paulo Roberto. Vivendo o dia a dia muito de perto, ela foi testemunha desse período de turbulência e incertezas.

“Eu vi fornecedor falar assim com eles: ‘Eu sinto muito, mas se você não tem crédito, a empresa não pode te vender’. E como é que você fica sem produto na loja? E o Jovino dizia ‘não tem problema não, vamos comprar num atacadozinho lá em Belo Horizonte, só pra ter’. A gente se desesperando, e o Jovino pedia ‘Calma, nós vamos comprar pra ter o produto na loja, vamos fazer dinheiro e vamos pagar os boletos dessa empresa e ela vai voltar a vender pra nós’. E foi mesmo.”

Jovino admite que o momento foi um dos mais duros pelos quais a empresa passou. “Alguns fornecedores deixaram de fornecer pra gente, banco começava a cobrar juros e impostos estavam atrasados. Foi uma série de ameaças em cima do nosso negócio. ICMS atrasado, fiscal vinha na loja e dizia ‘ah, vamos fechar a sua empresa’. Então refleti com o Paulo. ‘Nós temos 17 anos de mercado, chegamos aonde chegamos sem saber nada. Hoje a gente já sabe alguma coisa. Será que o negócio está tão ruim assim que não tem jeito de a gente ir pra frente, pagar essa conta, melhorar o resultado?’”

Compromisso Social



Além de encabeçar campanhas de arrecadação para filantropia, o Grupo organiza um dos maiores campeonatos de futebol de várzea do país e participa de ações voltadas à comunidade organizadas pelo Poder Público

SSO

Compromisso social está no DNA do Grupo Bahamas desde o início. Os fundadores Paulo Roberto e Jovino Campos sempre estiverem ligados às causas que têm o objetivo de ajudar o próximo. Aliás, muitas das ações dos empresários - seja com doações de materiais ou dinheiro - sequer são divulgadas. Outras várias, entretanto, são de conhecimento da cidade.

Nos últimos sete anos, por exemplo, o projeto do troco solidário (que incentiva o consumidor a doar o troco da conta para uma instituição necessitada) arrecadou quase R\$ 3 milhões. Foram R\$ 577.722,70 apenas em 2022.

Além disso, há o aniversário solidário, que propõe aos clientes aproveitar as promoções do mês de aniversário do Bahamas, em março, para adquirir e doar alimentos, produtos de limpeza e de higiene pessoal.

Apenas ano passado, quando o Bahamas celebrou seu 39º aniversário, foram arrecadadas 46,3 toneladas de alimentos entre os clientes. O Grupo incluiu a mesma quantidade com recursos próprios, totalizando 92,6 toneladas posteriormente destinadas a 35 instituições beneficentes na Zona da Mata e no Triângulo Mineiro.

Há ainda o apoio de outras ações externas, como de igrejas e outras instituições beneficentes que são autorizadas a pedir doações espontâneas de clientes nas portas das lojas.

Apoio externo

Foi nesse momento que o Bahamas fez um decisivo movimento rumo à profissionalização. Inicialmente, procuraram apoio de consultores e advogados para equacionar a dívida. Mas partiu de Jovino a ideia de priorizar alguns pagamentos, e quanto a isso não houve dúvidas entre ele e Paulo Roberto: primeiramente os funcionários.

“Mesmo na crise, a gente nunca atrasou um dia de pagamento. Pelo contrário, pagamos antecipado. Já há alguns anos pagamos o 13º integralmente no fim de novembro. A prioridade é nosso colaborador. É ele que recebe nosso cliente, que é a razão de termos o nosso negócio. O colaborador tem que estar satisfeito, feliz com o que está fazendo, para atender bem nossos clientes”.

Depois dos colaboradores, a prioridade era pagar os fornecedores. “Porque eu preciso do produto. Meu negócio é comprar e vender, eu preciso de mercadoria”, atesta Jovino. Nesta época, no ano 2000, o Governo federal, sob Fernando Henrique Cardoso, instituiu o Refis, programa de recuperação fiscal que consiste no parcelamento ou refinanciamento de débitos tributários. “Foi algo que o Governo federal fez e que salvou muitas empresas, inclusive nós. De lá pra cá a gente foi se organizando. A gente nunca ficou um ano sem abrir uma loja”, complementa Jovino.

Só se resolve um problema conhecendo a causa e aplicando o remédio certo!

JOVINO CAMPOS



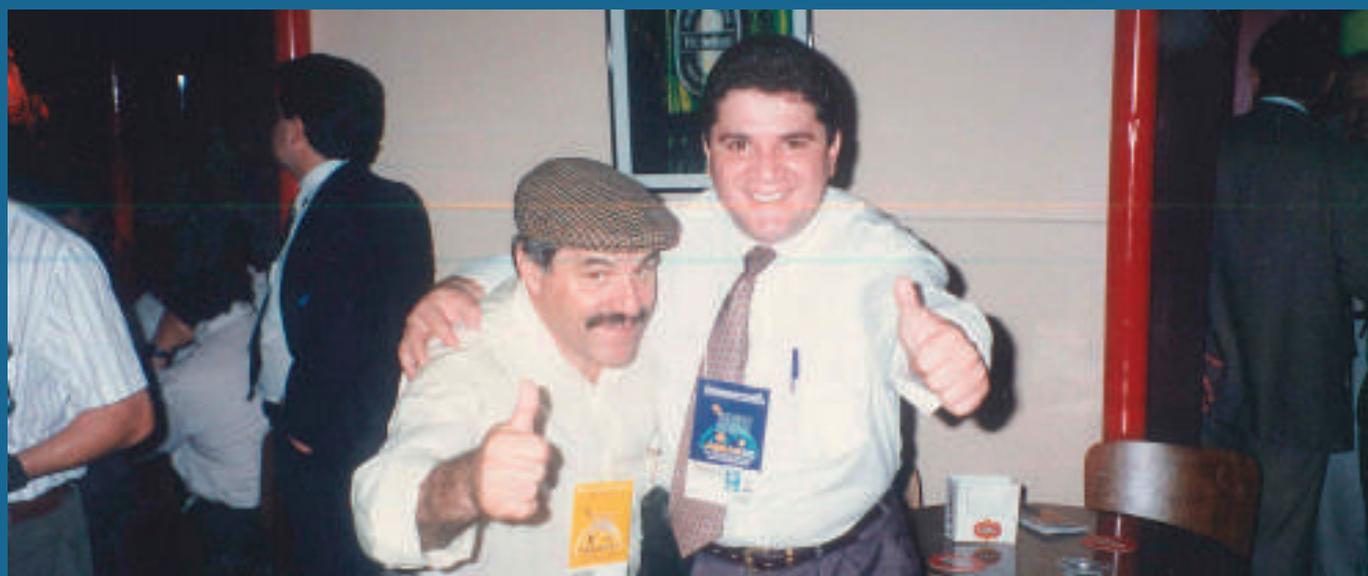


Francisco de Assis “Chiquinho”: um legado

Sabe aquela expressão “alma da festa”, que usamos para nos referir a pessoas magnéticas, que fazem de qualquer ambiente um lugar de alegria? Serve bem a um dos nomes mais queridos da história do Grupo Bahamas: Francisco de Assis Campos Reis. Chiquinho, como era conhecido por todos nos deixou em novembro de 2019, mas seu legado, sua memória espirituosa e cativante, permanecem intactos, especialmente nos projetos sociais da empresa.

Chiquinho era irmão de Jovino. Depois de anos trabalhando no marketing da Coca-Cola, foi se reunir com o irmão no Bahamas. E passou a ser o principal responsável pelo desenvolvimento do setor de marketing do Grupo Bahamas.

Por quase três décadas, Chiquinho dedicou sua vida ao Bahamas. O principal legado dessa pessoa de espírito generoso e riso fácil está nos projetos sociais hoje empreendidos pelo Grupo. Na relação do Bahamas com a comunidade, no exercício de seu compromisso social, o coração gigante de Chiquinho ainda pulsa forte.



Varejo e (por que não?) atacado

“Desde o início e até hoje, eu e Jovino estivemos focados em aumentar o nosso negócio”, afirma Paulo Roberto. “Nunca um deixou para o outro fazer ou vice-versa, sempre com respeito e confiança. Somos dois sócios-trabalhadores.” E nessa teimosia de evoluir sempre, de melhorar sempre, ao passo que superava mais uma crise, o Bahamas cresceu. Não só em número de unidades, mas também no tamanho das lojas.

Paulo Roberto e Jovino criaram em Juiz de Fora o modelo de atacarejo, que conjuga as características tanto do atacado quanto do varejo. Mas não foi de uma hora para outra. “Eu vi essa experiência estilo atacadão em São Paulo, onde fazia compras”, assume Jovino. “Eles abriram uma parte da loja para varejo, e a gente resolveu fazer um teste aqui”.



O modelo de atacarejo trazido a Juiz de Fora por Paulo Roberto e Jovino foi baseado em experiências de sucesso observadas pelos empreendedores nos grandes centros, como em São Paulo. Na foto, a loja do Bairro Salvaterra, em 2009. O Bahamas Mix hoje é a bandeira de 33 unidades do Grupo



A operação logística do Bahamas era concentrada em um grande galpão no Bairro Jockey Clube, onde chegou a funcionar um supermercado e, posteriormente, uma tentativa de atacarejo, modelo que depois fez sucesso através do Bahamas Mix

Na época, o Bahamas tinha um galpão alugado no Distrito Industrial, onde foi feito o primeiro teste de atacarejo e onde funcionou também o primeiro Centro de Distribuição da empresa. “E não deu certo. Nós fechamos.” Fecharam, mas não desistiram. A próxima tentativa foi no Jockey Clube, no local onde hoje há uma loja da bandeira Bahamas Mix. “Ali já foi melhor um pouquinho, mas também não deu muito certo. E depois veio, sim, a primeira loja que a gente pode chamar de atacarejo de verdade, lá no Bairro Salvaterra, já em 2008.” Inicialmente, Jovino e Paulo Roberto criaram uma marca diferente: SuprirAki.



CONHEÇA AS LOJAS

Zona da Mata e Campo das Vertentes

ALÉM PARAÍBA

Rua Augusto Perácio, 22, São Luiz

BARBACENA

Rua Marechal Floriano Peixoto, 359 - Loja 01, Pontilhão

CATAGUASES

Avenida Verissimo Mendonça, 255, Beira Rio

JUIZ DE FORA

Avenida Dr. Deusdedith Salgado, 4.992, Salvaterra

Avenida Juiz de fora, 1.819, Grama

Avenida Juscelino Kubitscheck, 879, Francisco Bernardino

Rua Álvaro José Rodrigues, 1.200 - Loja 01, Santos Dumont

Rua Antonio Weitzel, 669, Jóquei Clube

Rua Bernardo Mascarenhas, 1.072, Fábrica

LEOPOLDINA

Rua Maria do Carmo Sales, Centro

MURIAÉ

Avenida Alfredo Pedro Carneiro, 177, Gávea

RIO POMBA

Avenida do Contorno, 770, José Mendonça dos Reis

SÃO JOÃO DEL-REI

Rodovia BR-265, 310, Matosinhos

UBÁ

Rua dos Ex-combatentes, 658, Santa Luzia

Avenida Com. Jacinto Soares de Souza Lima, 3.405, Dico teixeira

VIÇOSA

Rua Francisco de Souza Fortes, 629, Cidade Nova

VISCONDE DO RIO BRANCO

Rua Vereador José Soares Ferreira, 190, Bairro dos Coutos

AS BAHAMAS MIX

Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba

▀ **ARAGUARI**

Rua Augusto Chagas, 1.100, Amorim

▀ **ARAXÁ**

Avenida Jose Ananias de Aguiar, 4.400, Conj. Hab. Boa Vista
Rua Santo Antônio, 1311, Santo Antônio

▀ **FRUTAL**

Avenida José de Alencar, 1.333, Eldorado

▀ **ITUIUTABA**

Avenida Napoleão Faissol, 297, Alvorada

▀ **ITURAMA**

Avenida das Mangabeiras, 738, Joaquim Deodato

▀ **MONTE CARMELO**

Rua Alferes Euzébio, S/N - Lote 01 - Quadra E, belvedere

▀ **PATOS DE MINAS**

Avenida Juscelino K. de Oliveira, 567 - Lote C, Quadra 10, Cônego Getúlio

▀ **PATROCÍNIO**

Avenida Faria Pereira, 3225, Centro

▀ **UBERABA**

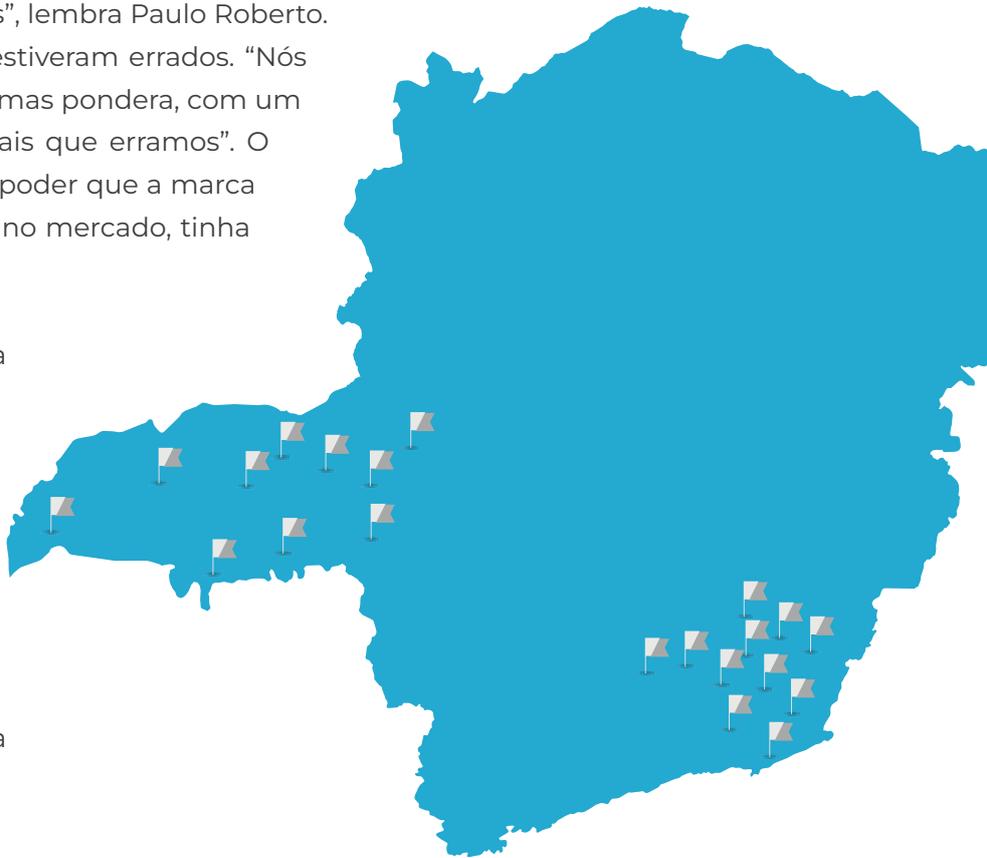
Avenida Deputado Marcus Cherem, 2.300, Vila São Cristovão
Avenida Dona Maria de Santana Borges, 1.330, Olinda
Avenida Nossa Senhora do Desterro, 1.841, Jardim Elza Amui III

▀ **UBERLÂNDIA**

Avenida Imbauba 1800, Jaraguá
Avenida João Naves de Ávila, 3.730, Santa Mônica
Avenida João Pinheiro, 3.367, Brasil
Avenida Rui de Castro Santos 1.991, Mansões Aeroporto

A intenção era boa, o resultado nem tanto. “Nós pensávamos até em fazer duas empresas distintas”, lembra Paulo Roberto. Foi uma das vezes em que ambos estiveram errados. “Nós erramos várias vezes”, admite Paulo, mas pondera, com um riso no rosto: “Só que acertamos mais que erramos”. O erro naquele momento foi ignorar o poder que a marca Bahamas, consolidada após 25 anos no mercado, tinha diante da população.

“A gente não sabia o quanto a nossa marca era forte”, confessa Jovino. “Tanto que, um ano e pouco depois, nós mudamos de SuprirAki para Bahamas Mix, e o faturamento simplesmente dobrou de uma hora para a outra”. Hoje as lojas da bandeira Bahamas Mix somam 33 das 74 unidades do grupo e correspondem a quase 60% do faturamento do grupo.



‘Atender o consumidor em todos os momentos de compras’

Além da criação do Bahamas Mix, em meados dos anos 2000 Jovino e Paulo Roberto decidiram elaborar um novo conceito de loja para o grupo e, conseqüentemente, uma nova bandeira. E isso passou por uma tomada de consciência da diversidade do público consumidor. “Hoje trabalhamos com 12, 13 mil itens”, explica Paulo Roberto.

“As lojas menores não conseguem suportar tamanha variedade. Mas nas lojas maiores é possível agregar. Então, nessas menores, vamos tirando itens, trocando, adequando-nos ao local, de acordo com o interesse do consumidor, com

sua cultura. O café que se bebe aqui em Juiz de Fora não é o mesmo que se bebe em Cataguases, não é o mesmo que se bebe em Ponte Nova, em Uberlândia. Se o cliente começa a procurar um produto novo, um produto que a gente não tenha, a gente coloca.”

Para poder atender a tanta diversidade, foi preciso entender o comportamento do consumidor e oferecer o que ele almejava. “Naquele momento, nós percebemos que estávamos atendendo apenas às faixas de público C, De E, um pouquinho de B também”, continua Jovino.

“E a gente percebeu que muitos clientes queriam comprar de nós, mas a loja não era tão confortável, não tinha aqueles tipos de produtos que eles queriam. Chegamos a fazer testes com alguns desses itens numa loja ‘comum’, mas não deu muito certo, porque vendia um dia, no outro não, mas eu precisava atender esse tipo de público também. Temos uma frase que nos guia: ‘Atender o consumidor em todos os seus momentos de compras’. Para os clientes que queriam um produto mais sofisticado, nós fizemos uma seleção desses produtos e criamos as lojas Empório.”



O primeiro Empório Bahamas foi criado na Avenida Rio Branco, próximo à esquina com a Avenida Itamar Franco, em 2005. Ali um nicho “gourmet”, com adega e produtos selecionados, já mostrava o que seria esta nova bandeira do grupo. Mas é em 2009, com a inauguração do

Bahamas Verde, que o conceito se consolida. Além de produtos selecionados, aquela foi a primeira loja a agregar de forma mais consistente a preocupação com a sustentabilidade.

“É um Empório Bahamas, mas chamamos de Bahamas Verde porque para nós é uma loja especial. Na construção dela utilizamos materiais recicláveis, energia solar, fizemos aproveitamento de água da chuva, criamos um ecoponto para coleta de pilhas, óleo, papelão, embalagens plásticas etc.” Hoje existem lojas da bandeira Empório em Juiz de Fora, Ubá, Muriaé, Uberaba e Uberlândia.

Na década seguinte, o Grupo Bahamas criou sua mais recente bandeira: o Bahamas Express. “É uma loja de conveniência”, define Jovino. “A ideia não é fazer a compra do mês. É como uma loja de conveniência, só que mais completa, tem tudo que um supermercado tem, com menos marcas”. O Bahamas Express é uma loja moderna, atenta à dinâmica da rotina contemporânea, talhada para compras rápidas. Só que além da cervejinha gelada, do salgadinho, do sorvete, também tem itens necessários do dia a dia, como mantimentos, produto de limpeza e de higiene pessoal. Uma mão na roda para quem está na correria (e hoje em dia quem não está?).



Cada perfil de loja é pensado para os mais diferentes momentos de compra dos consumidores. Assim, o Bahamas possui grandes lojas, com as bandeiras Mix e Hiper; unidades de tamanho intermediário e de mix de produtos diferenciados, como o Empório; e mais recentemente o Express, que funciona como uma conveniência

Sustentabilidade

O Grupo Bahamas se destaca também pelo seu compromisso com a sustentabilidade. Trata-se de medidas que não ficam apenas no discurso, mas que fazem parte do cotidiano da empresa, nos mais diferentes aspectos.

Quando foi inaugurado o atual Centro de Distribuição (CD) de Juiz de Fora, na rodovia BR-040, próximo à rodovia BR-267, por exemplo, uma das motivações era reduzir o impacto das operações das lojas no município. Isso porque as centenas de caminhões dos fornecedores não precisavam mais competir com o tráfego urbano local. Afinal, do Centro de Distribuição, as lojas passaram a ter os estoques renovados por meio de caminhões menores, conforme a necessidade de cada unidade.

Além disso, o mesmo CD possui uma grande usina de energia solar fotovoltaica, considerada a maior da Zona da Mata sobre uma edificação. Para se ter ideia, a energia gerada no local compensa o consumo de outras sete instalações do Grupo Bahamas e seria suficiente para abastecer até 550 residências por mês.

Ao mesmo tempo, o Grupo Bahamas tem substituído em suas lojas a tecnologia das máquinas para resfriamento de alimentos e bebidas, passando a utilizar um fluido natural, que não agride a camada de ozônio.

Na operação diária, aliás, a empresa mantém um programa permanente de incentivo à redução das sacolas plásticas e à gradual mudança de hábito dos consumidores para que se faça o uso de sacolas sustentáveis ou caixas de papelão.

Confira outros compromissos do Grupo Bahamas com a sustentabilidade

- **Reciclagem de papéis, plásticos, vidros e óleo de cozinha;**
- **Instalações de Sistemas Alternativos de Tratamento de Água, com monitoramento diário;**
- **Instalações de Sistemas de Tratamento de Efluentes, com monitoramento diário;**
- **Divulgação e treinamento dos colaboradores sobre as questões ambientais com o objetivo conscientização e responsabilidade ambiental;**
- **Contratação de empresas tecnicamente especializadas para as atividades de: Gerenciamento Ambiental, Monitoramento da Qualidade da água de consumo e dos efluentes gerados, Coleta dos resíduos gerados e destinação final corretamente dos mesmos;**
- **Plantio de mudas e o monitoramento do desenvolvimento das espécies.**





O grande **Centro de Distribuição do Bahamas**, em Juiz de Fora, foi construído com as melhores práticas de sustentabilidade. Além de contribuir para reduzir o tráfego de veículos pesados no perímetro urbano, o local possui a maior usina de energia solar fotovoltaica da Zona da Mata

Expandir e desbravar: novos caminhos por Minas Gerais

Mariozan Luiz estava na casa do sogro em Uberlândia numa tarde de setembro de 2012 quando ouviu falar do Bahamas pela primeira vez. Uns parentes estavam reunidos e um deles perguntou: “Mario, você conhece o Bahamas? Eles estão vindo se instalar aqui no Triângulo”. Mariozan ficou quieto. Quando chegou em casa, pegou seu computador, descobriu o contato de Jovino Campos e enviou seu currículo. E é um senhor currículo. Ele já morou em quase 40 cidades ao longo de quase 40 anos de carreira, boa parte deles no ramo de atacado.

“Uns dias depois, eu estava saindo para trabalhar, não eram nem 7 horas ainda, toca meu telefone. Era o Jovino perguntando se eu não podia ir até o escritório dele aqui em Uberlândia, onde seria a primeira loja do Bahamas. Eu fui no início da tarde, conversamos, eu apresentei minhas credenciais, ele pediu licença e saiu para uma sala ao lado. Voltou e perguntou: ‘você pode começar imediatamente?’”

E assim Mariozan Luiz, um “matuto” goiano da cidade de Ovidor, como ele gosta de se definir, se tornou o primeiro funcionário do Bahamas no Triângulo Mineiro. Como semente que germina e espalha coisas boas, ajudou a formar equipes que foram liderar a abertura de outras lojas na região. “Gerentes, subgerentes... tem gente até que já passou na minha frente e é gerente geral de bandeira, o que pra mim é uma satisfação muito grande.”

A valorização do talento e da dedicação também é realidade no Triângulo, como assevera Mariozan. “Um bom exemplo é nossa assistente social, Lavinny Martins, coordenadora de Recrutamento, Seleção e Cidadania Corporativa da regional Triângulo. Começou como auxiliar de caixa, passou a caixa operadora, auxiliar de escritório, assistente de recrutamento e agora está onde está. É um orgulho danado pra gente.”





A grande aposta de expansão do Grupo Bahamas está no Triângulo Mineiro. A empresa chegou à região em 2013, com uma grande unidade da bandeira Mix no município de Uberlândia

EXPANSÃO PARA O TRIÂNGULO MINEIRO

A audaciosa meta de crescer 40 anos nos próximos quatro passa pelas estratégias de expansão no Triângulo de Minas Gerais. A região é considerada estratégica no atual momento, principalmente pela possibilidade de ampliar o número de lojas e atrair a atenção de mais consumidores.

A expansão já teve início com a ampliação do novo Centro de Distribuição do Grupo em Uberlândia, que passará de 12 mil m² para 24 mil m² estruturados para poder garantir

o abastecimento das lojas e a oferta dos menores preços para os consumidores.

Nos próximos meses, serão inauguradas mais seis lojas da bandeira Mix na região. São elas:

- **Bahamas Mix Gávea Uberlândia**
- **Bahamas Mix Uberaba**
- **Bahamas Mix Tibery Uberlândia**
- **Bahamas Mix Karaíba Uberlândia**
- **Bahamas Mix Ituiutaba**
- **Bahamas Mix Araxá**



TEM
SABOR
PRA TODO
MUNDO

Surpreenda-se com 

#**tá**
na
cara
que é Seara



Filas e congestionamento

A expansão do Bahamas para o Triângulo e a consequente abertura de uma nova regional do grupo foi fruto de um planejamento cuidadoso, de um movimento ousado e, mais uma vez, de oportunidade. “Ofereceram pra gente uma rede de lojas lá”, detalha Paulo Roberto. “Mas eram lojas pequenas, muito deficientes, que iriam demandar muito investimento para reforma. Então decidimos fazer um teste, alugar uma loja grande, que pudesse receber muitas mercadorias diretamente, e por isso já pensamos no Bahamas Mix.”

Quem coordenou a implementação do Bahamas no Triângulo Mineiro foi Geraldo Reis, irmão de Jovino. Faz-tudo nos tempos da mercearia em Santa Luzia, ele não tinha nem 18 anos quando assumiu a gerência do Bahamas de São Pedro, no fim dos anos 80. Deslocado para a área de compras, participou da criação do atacarejo em Juiz de Fora e, dada sua experiência, foi designado como gerente geral da Regional Triângulo. “Optamos por uma loja grande porque facilitaria nossa operação. Quando viessem produtos de Juiz de Fora – e, no início, 90% dos produtos vinham de Juiz de Fora –, tínhamos maior capacidade de estocagem dentro da própria loja”, lembra Geraldo.

Contratado para ser gerente geral de loja, Mariozan também acompanhava de perto o comercial, à época a cargo de Rafael Reis. “Acho que nem o Jovino esperava um resultado tão bom logo de início aqui, com nosso trabalho, do Rafael, do Geraldo”, sugere. “Teve operadora que fechou o caixa e foi embora quando viu o tamanho da fila!



O Centro de Distribuição do Bahamas no Triângulo Mineiro foi instalado em Uberlândia. O espaço, que atualmente ocupa 12 mil², está em fase de ampliação para dobrar a capacidade logística de armazenamento das mercadorias que chegam para abastecer as lojas da região.



**“Inovação” é fazer diferente!
Fazer melhor, com mais
eficiência, produtividade
e preservando o meio
ambiente, com novas
tecnologias ou não!**

JOVINO CAMPOS

Foi bem tanto no varejo quanto no atacado. No atacado, gerava congestionamento, era carreta carregando e descarregando, tinha dia que eu saía 2 horas da manhã atendendo cliente. Essa loja foi um termômetro, e Paulo e Jovino sentiram que estavam no caminho certo e que podiam investir na expansão.”

Paulo Roberto concorda. “A loja funcionou muito bem, então nós abrimos outra, outra e outra. E fomos ampliando, para Uberaba, Araxá, Patrocínio, Araguari, Ituiutaba, etc. Na maior ampliação que fizemos lá, compramos um Centro de Distribuição, que ainda vamos ampliar muito. Hoje já somos a maior rede em número de lojas no Triângulo. E ainda temos muito espaço para crescer na região.”

Adquirido via leilão em maio de 2022, o novo Centro de Distribuição do Triângulo Mineiro dará uma capacidade de operação logística muito grande, estratégica para o crescimento orgânico planejado para aquela área nos próximos anos. Paulo Roberto explica: “com o Centro de Distribuição, nós conseguimos ficar com estoques menores em cada unidade, trabalhando menos o recebimento nas lojas, sem fila de caminhão. Isso facilita a operação e melhora a garantia, minimizando perdas.”



Alimentando bons momentos em família



UMA MARCA PRÓPRIA DO GRUPO BAHAMAS

O desafio da Covid

Da noite para o dia, literalmente, tudo mudou. O mês de março de 2020 no Brasil foi marcado pelos primeiros casos do novo coronavírus. Autoridades políticas e sanitárias apresentavam medidas para frear a contaminação enquanto muitas pessoas buscavam medidas isoladas com intuito de se protegerem do incerto.

Neste momento, com receio de desabastecimento generalizado, muitos correram para os supermercados em busca de comidas que pudessem ser estocadas.

Foi necessário iniciar um plano e executá-lo em tempo recorde para que todas as consequências da Covid-19 pudessem ser minimizadas. Para isso, o controle do estoque precisou ser reforçado para manter as prateleiras cheias ao mesmo tempo em que o Grupo Bahamas comunicava com o seu público que não era preciso correr para as lojas.

Durante o momento mais grave da pandemia no Brasil, aliás, todas as lojas da rede comercializaram máscaras de proteção a preço de custo.

Paralelamente a isso, foi colocada em prática medidas sanitárias, como a limitação do número de clientes nas lojas e uma grande atenção aos colaboradores.

"Ninguém estava preparado para o processo, mas agimos rápido ao criar um grupo de Covid dentro do Bahamas. Buscamos as melhores práticas do mundo, como da Coreia do Sul, para garantir segurança em nossas operações", recorda o gestor de saúde Hiram Lopes.

Ele conta que foram criados centros respiratórios na Zona da Mata e Triângulo para dar suporte ao colaborador com sintoma de gripe. Ele era atendido, isolado e testado. "Convencemos a

todos que o mais importante era o tratamento preventivo. Então conseguíamos identificar uma pessoa com Covid-19 já no início dos sintomas. Salvamos muitas vidas", recorda Hiram, que coordenou a criação de unidades clínicas médicas 24 horas.

Neste momento, o Bahamas reafirmou o seu compromisso, também, perante a sociedade. Isso porque quando um colaborador testava positivo, a operação da loja era imediatamente interrompida. A unidade só era reaberta após a testagem de toda a equipe e a higienização sanitária do local.

O que para muitos era visto como exagero, para Paulo e Jovino nada mais era do que ser transparente e fiel com o público interno e externo.



Chegar aos

40 anos
com tanto

SUCESSO
chama a atenção.



E disso a gente entende!

Parabéns ao **Grupo Bahamas**
pela trajetória construída
desde 1983.

Uma marca sólida que temos
orgulho de levar a cada cliente
por meio do nosso trabalho.



LetroLux
LETREIROS

O 1º fornecedor de comunicação visual do Grupo Bahamas!

98401-5552



3215-5767



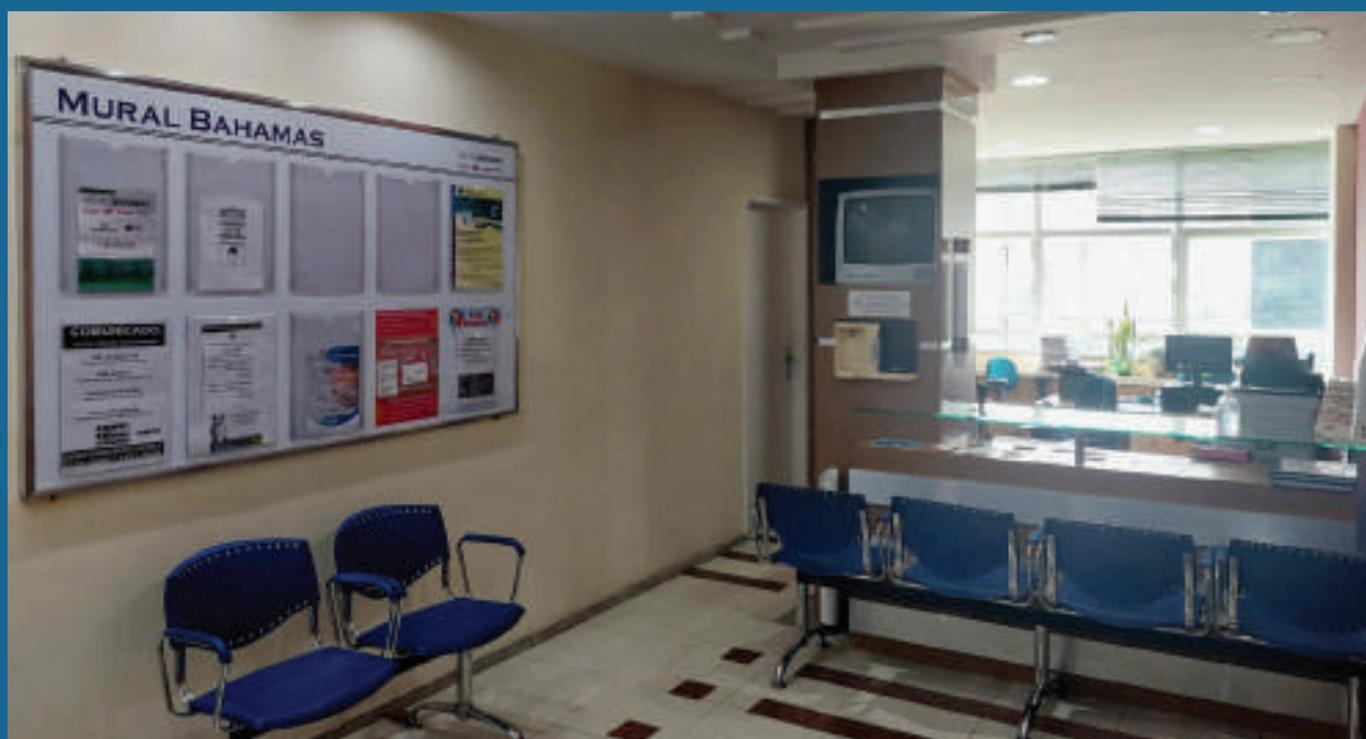
Rua São Sebastião, 366 - Centro

Associação dos Funcionários do Bahamas

Hiram Lopes Rodrigues Jr. geria um plano de saúde que atendia o Bahamas 30 anos atrás. “Foi nessa época que o Jovino, como grande empreendedor que é, com uma visão futurista muito privilegiada, comentou sobre o que queria para o futuro do Grupo Bahamas. E a área de saúde, para ele e para o Paulo, era muito importante. E me propôs fazermos uma medicina própria. Decidimos criar então a Associação dos Funcionários do Bahamas (AFB), uma empresa à parte, que prestaria gratuitamente serviços médicos a seus colaboradores associados e a seus dependentes legais.”

Além dos quase 10 mil funcionários do Bahamas, o braço médico da AFB atende também os dependentes legais, o que eleva esse número para mais de 20 mil pessoas atendidas. À disposição estão aproximadamente 700 médicos, 40 clínicas e nove hospitais conveniados. Hoje, todavia, a AFB é maior que sua área médica. Oferece aos colaboradores associados assistência odontológica e uma gama enorme de benefícios, como detalha seu atual presidente, Rafael Barra Guimarães, gerente de Departamento Pessoal do Bahamas. “Fora a área médica e odontológica, temos mais de 300 convênios firmados em todas as cidades onde o Bahamas está presente.”

Os convênios são variados: desde salão de beleza e academia de ginástica até descontos em colégios e cursos de idiomas. “A AFB existe para trazer benefícios para os funcionários do Bahamas, em várias dimensões: lazer, cultura, educação, saúde. E não só para os funcionários, mas também para seus dependentes legais. Nosso departamento de Cidadania Corporativa busca os parceiros em cada cidade para oferecer aos associados o maior número de benefícios possível, proporcionando um ganho real a todos”, explica Rafael, para em seguida asseverar: “Isso é uma preocupação dos nossos presidentes. Quem convive com Paulo e Jovino sabe. Eles querem cuidar das pessoas.”



Governança: da idealização à formalização

“O Bahamas é uma empresa familiar para quem vê de fora”, comenta Geraldo Reis. “Para nós que estávamos lá dentro, sempre foi muito profissional. Acho até que a cobrança em cima de nós, que somos da família, sempre foi até maior. A família ajudou muito, sim, mas Jovino e Paulo sempre foram muito profissionais e não chegaram aonde estão à toa. Merecem tudo que construíram, são exemplo de honestidade, comprometimento e trabalho.”

Segundo Jovino, a ideia de governança corporativa já era assunto dentro da empresa em meados da década de 2000. “Tentávamos implementar com as ferramentas que tínhamos à época”, conta. Desde 2012, o Bahamas é uma empresa S.A., com capital fechado. “Não pensamos em abrir capital na bolsa no momento. Mas temos de estar preparados para tudo.”

A mais profunda mudança em termos de gestão na história do Bahamas vem em 2016. “De lá para cá, começamos a aplicar de fato a governança corporativa dentro do Grupo Bahamas. Foi quando houve a criação das diretorias para profissionalizar mais a empresa. Apesar de termos eu e o Paulo à frente, a empresa hoje é bem profissionalizada.”

Em 31 de dezembro de 2019, os membros da família – irmãos, filhos – foram deslocados para o Conselho Consultivo, permanecendo apenas Jovino Campos Reis e Paulo Roberto Lopes, sócios-fundadores, à frente do negócio. “É uma empresa familiar de visão profissional”, define Jovino.

Com a mudança, foi criada a função do COO (diretor de operações). Subordinada a ela estão as diretorias profissionais, que são sete: Diretoria de Operações do Atacarejo, Diretoria de Operações do Varejo, Diretoria Financeira e Administrativa, Diretoria de Patrimônio e Contabilidade, Diretoria Comercial, Diretoria de Logística e Supply Chain e Diretoria de Gente e Gestão.

Paulo Roberto explica que também foi criado “um fundo imobiliário, que administra os imóveis e aluga para o Bahamas varejo”. Esse fundo também é responsável pela aquisição de terrenos e construção de novas lojas, que são alugadas para o Bahamas. “O varejo é muito detalhista, e o supermercado, ainda mais. Muda demais o tempo todo, e precisamos estar atentos, sempre buscando o aprimoramento, mas com profissionalismo”, observa Jovino. “Precisamos preparar a empresa para o futuro.”

Gestores devem acordar todos os dias buscando melhoria de resultados, reduzindo despesas, aumentando produtividade e eficiência de toda sua equipe!

JOVINO CAMPOS

Nas empresas, vivemos com o que faturamos, mas só sobrevivemos com os resultados obtidos!

JOVINO CAMPOS



Gestão de Pessoas

Em setembro de 2022, o Grupo Bahamas anunciou a primeira mulher em cargo de diretoria, a especialista em Recursos Humanos e Gestão Estratégica de processos de Departamento Pessoal Roberta Cristina Cardoso. Com ela, foi criada a diretoria de Gente e Gestão, que tem a missão de garantir a continuidade do crescimento da empresa mantendo o foco na qualidade e bem-estar dos colaboradores.

Desde então, Roberta tem participado de diversas iniciativas para que o Bahamas mantenha e amplie o seu reconhecimento como uma empresa cidadã e um excelente local para trabalhar e crescer. O objetivo é fortalecer o incentivo permanente entre os colaboradores para que eles possam se sentir motivados a ir além, na certeza que é possível ascender na carreira.

"O colaborador do Bahamas tem um perfil. É de gente honesta e que quer trabalhar. Queremos desenvolvê-los para que, juntos, consigamos alcançar nossas metas e objetivos."

Entre os programas abraçados pelo Bahamas atualmente estão o Prepara, que desenvolve o Jovem Aprendiz para que ele permaneça no mercado de trabalho; o Descubra, que dá oportunidade a jovens em condições de vulnerabilidades; e o Reconecta, que articula a inserção de aprendizes PCD's no mercado de trabalho.

Além disso, o Bahamas possui o "Acolher", que oferece acolhimento psicológico aos seus colaboradores.

Outro programa de sucesso é o "Talento não tem idade", que valoriza e dá oportunidade a pessoas idosas que querem se manter ativas no mercado de trabalho. Atualmente, quase 10% do quadro do Bahamas é formado por pessoas com mais de 50 anos.

Recentemente, foi criado um balcão de empregos permanente, na unidade do Bahamas São Vicente, em Juiz de Fora. Neste local, todos os interessados em trabalhar no Bahamas podem entregar os seus currículos. Quem não possui é auxiliado sobre como construir o seu. Muitas pessoas, que buscam o balcão já saem empregadas.

CONFIRA OUTROS DESTAQUES INCLUSÃO DE PCD'S

• Projeto Parceria Inclusiva

Ação voltada a estabelecer e consolidar parceria com Instituições de apoio a Pessoas Com Deficiência, com o objetivo de incluí-las no mercado de trabalho.

• Seleção Inclusiva

Todo o processo de Recrutamento e Seleção dos Candidatos PCD's é conduzido por uma equipe especializada em Diversidade e Inclusão.

• Conhecer para Incluir

Facilitar e assegurar a adaptação do novo colaborador PCD na empresa, além de apoiar os líderes no processo de inclusão.

• Encontro com Cidadania

Estimula uma melhor relação entre os líderes e colaboradores, envolvendo-os no processo de diversidade e inclusão, promovendo o diálogo, contribuindo para quebra de preconceitos e paradigmas.

O MATERIAL HUMANO EM NÚMEROS



MULHERES

4.926671 em cargos
de liderança

HOMENS

4.345

PCD

422

JOVEM APRENDIZ

371

PRÊMIOS DO SETOR

- “Melhores empresas em IDHO” - 2016
- “Melhores empresas com boas práticas em Gestão de Pessoas” – 2017
- “Melhores empresas em Cidadania Corporativa” – 2017
- “RHs mais admirados do Brasil” – 2017
- “Melhores empresas em Cidadania Corporativa” – 2018

Informação e **transparência**

“Precisávamos de um planejamento estratégico, de mais transparência nos números, porque a gente ficava com aqueles dados guardados entre eu e Paulo, e quem trabalhava com a gente não tinha muito o que fazer para ajudar.. Hoje os profissionais têm acesso aos dados estratégicos e isso facilita muito a tomada de decisão. A informação é superimportante, e a gente começou a investir mais nisso. E aí o nível de exigência dentro da empresa ficou maior.”

Hoje, trimestralmente o Bahamas faz balanço de seus resultados, como se fosse uma empresa de capital aberto. “Reunimos os diretores, vemos onde melhorou, onde piorou, e planejamos os próximos três meses”, detalha Jovino. “Estamos investindo muito em automação para podermos acompanhar os resultados no dia a dia. Não adianta ver o resultado só no balanço do final do ano, quando você vai descobrir se teve lucro ou prejuízo, porque você não tem mais o que fazer sobre aquele passado. Somos hoje uma empresa transparente e enxuta. É claro que tem muita coisa pra gente desenvolver e melhorar, mas acredito que estejamos no caminho certo.”

EEEEEE ANIVERSÁRIO
BAHAAMAAAAS!
DO



Com tanto produto bom nas lojas, hoje a gente escolheu celebrar com o chiclete!

Ou vai dizer que essa música sai da sua cabeça?

A Go&Grow! tem orgulho de fazer publicidade para uma marca com tanta história para contar e que segue dando o que falar.

PARABÉNS, BAHAMAS!

40 ANOS DE COMPROMISSO COM CADA UM DE NÓS, MINEIROS.



UM GRANDE MARCO. VIVIDO EM GRANDES MARCAS.

goegrow.com.br

Para nós,

CORES

MULTIPLICAM

NEGÓCIOS



A **Gráfica Santa Rita** acredita que o segredo de um trabalho bem feito é **a prática, o prazer e a paixão pelo que se faz.**

Parabéns ao Grupo Bahamas pelos seus **40 anos.**

GRUPO / **BAHAMAS**

SANTA RITA
INDÚSTRIA GRÁFICA

O que nos espera no futuro: “Quarenta anos em quatro”

“Se me perguntarem ‘aonde você quer chegar?’, eu respondo que não temos limites.” O pensamento de Paulo Roberto Lopes ecoa o de seu amigo e sócio Jovino Campos, que vai no mesmo sentido, numa arrojada harmonia que já dura 40 anos. “Temos um desafio ousado, dobrar nosso faturamento nos próximos 4 anos e estar entre as dez maiores redes de supermercados do Brasil. São cerca de 30 grandes redes operando no país. Hoje estamos entre as 20. Não é fácil ganhar posições nesse ranking, mas sabemos que podemos crescer.”

Nem Paulo nem Jovino têm planos de aposentadoria em curto prazo. “Daqui a dez anos eu espero estar aqui ainda, administrando a empresa com saúde e força, mas com um ritmo mais ameno, à medida que formos apurando mais a profissionalização da empresa”, antecipa Jovino. E a próxima década será de muito trabalho. “Em 2023 colocamos um desafio para nossos colaboradores e para nossos fornecedores

– porque desafios a gente não consegue vencer sozinhos: dobrar o faturamento em quatro anos. Fazer 40 anos em 4. Nosso planejamento para os próximos quatro anos é esse. Trabalhar forte e com resultado, crescendo mais de 20% ao ano.”

O Grupo Bahamas fechou 2022 com um faturamento próximo aos R\$ 4 bilhões. “Para atingir nosso objetivo, teríamos que dobrar esse faturamento, ou seja, atingir R\$ 8 bilhões em 2026”, expõe Jovino. Para tanto, ele conta com o comprometimento de todos os colaboradores do grupo, e não somente dos diretores. “O empenho e o envolvimento têm de ser de todos.” E o alinhamento com os fornecedores também precisa ser total. “Para dobrar nosso faturamento, precisaremos dobrar nossas compras. Por isso estamos à disposição para fazer com que nossos parceiros aumentem suas vendas dentro do Bahamas. Eles têm sido grandes cúmplices na nossa jornada e certamente estarão firmes conosco nesse novo desafio.”

**Quando me perguntam se sofri
muito para chegar aonde cheguei,
eu respondo: tive o maior prazer
e me diverti muito, porque sempre
amei o que faço!**

JOVINO CAMPOS



Expediente

Gerente de marketing Grupo Bahamas

JOÃO PAULO RODRIGUES

Apuração, redação e edição

EDUARDO VALENTE
WENDELL GUIDUCCI

AGÊNCIA

GO & GROW! COMUNICAÇÃO

Diretor-geral

CRISTIANO COPPUS

Atendimento Corporativo

DANILO BISPO

Projeto gráfico

GUSTAVO ESTEVES

Diagramação

CADU NUNES

Capa

DOUGLAS VALE

Impressão

GRÁFICA SANTA RITA

Descubra as melhores origens de café do mundo com o novo NESCAFÉ®, para máquinas Nespresso®.

NOVO



FARMERS ORIGINS
NESCAFÉ

A Coca-Cola FEMSA Brasil produz e distribui marcas líderes do mercado.

Atualmente, é a maior engarrafadora em volume de vendas dos produtos The Coca-Cola Company.

Uma empresa que está comprometida com a criação de valor econômico, social e ambiental nos locais em que atua.



18%
do território
brasileiro.*



44%
da população.*



+DE 92
milhões de
consumidores.*



52%
do volume de
operações no
Brasil.*



46
Centros de
distribuição.*



+DE 21 MIL
Colaboradores
próprios.*



+DE 460 MIL
Pontos de venda.*



11
Fabricas.*

