

REVISTA ACONTECE APAS

O CANAL DO SUPERMERCADISTA DE SÃO PAULO | ANO IV • EDIÇÃO Nº 36 • JULHO 2014

» CARAVANA APAS VOLTA COM FORÇA TOTAL

O projeto é idealizado pela Diretoria de Apoio e Relacionamento com o Associado, cujo objetivo é aproximar ainda mais os supermercadistas da APAS

» Viagem Técnica Internacional
tem como destino a Itália

» Suas ideias podem virar
cursos pela Escola APAS

» Copa do Mundo: qual a
tendência do consumidor?



Mensagem do Presidente *pág. 3*
Os números da Copa são positivos

Por dentro da lei *pág. 4*
Fique de olho e não perca o prazo de cumprimento de determinações

Diretorias
Convênios e Oportunidades *pág. 5*
Sustentabilidade e Responsabilidade Social *pág. 6, 7 e 8*
T&D *pág. 9 e 10*

Indicadores *pág. 15*
Por Rodrigo Mariano

Orgânicos *pág. 16 e 17*
Saudável e saboroso

Comercial Apas *pág. 18*
Mudanças na área Comercial da APAS

SuperVarejo *pág. 19*
Como incrementar o lucro da sua loja

Capa *pág. 12, 13 e 14*
Caravanas APAS estão de volta

Pesquisa *pág. 19*
De que forma a APAS pode contribuir mais com os seus associados?

Social
Diretoria da Distrital Leste ressurge fortalecida *pág. 20*
APAS recebe homenagem por ações que vêm rompendo fronteiras *pág. 21*

Perfil *pág. 22*
O talento de Pedro Lopes Brandão está comprovado pelo sucesso da campanha Marcas Campeãs e na gestão do supermercado da família



Escola Digital de Supermercados **APAS**

Invista em conhecimento e colha os melhores resultados.



Dia do Agricultor

Como um bom agricultor, esteja disposto a aprimorar e cultivar seus conhecimentos para colher ótimos resultados para o seu negócio. Com os treinamentos digitais oferecidos pela e-Super, você, sua empresa e sua equipe se beneficiam com mais de 80 cursos.

Julho
Conheça os novos cursos:

CURSOS MAIS ACESSADOS

Atendimento e Profissionalismo I e II, Operador de Checkout, Administração do Estresse e Prevenção de Perdas I.

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA (MÓDULOS I, II E III)
CONHECENDO O AÇOUGUE

como
 visto

Patrocínio



Apoio



Administração



**DIRETORIA****Presidente:** João Galassi**Vice-presidentes:** Antonio Gandra, Antonio José Monte, Aparecido Omote, Armando Almeida, Aurélio José Mialich, Carlos Ely, Chalim Savegnago, Domingos Felipe Bergamini, Edivaldo Bronzeri, Eduardo Kawakami, Erlon Godoy Ortega, Jad Zogheib, José Carlos Novellini, José Flavio Fernandes, Palimércio de Luccas, Paulo Pompilio, Omar Abdul Assaf, Orlando Morando, Pedro Celso Gonçalves, Pedro Lopes Brandão, Roberti Catricala, Roberto Longo Pinho Moreno e Ronaldo dos Santos**Diretorias Regionais/Distritais****ABC:** Ana Paula Hissatugu**Araçatuba:** Paulo Massaharu Takata**Baixada Santista:** Carlos Varandas**Bauru:** Emerson Luiz Svizzero**Campinas:** Alexandre Ferrato**Guarulhos:** Sílvio Alves**Marília:** Carlos Alberto Binato**Osasco:** José Eduardo Vaz de Carvalho**Presidente Prudente:** Pedro Nicoluci**Ribeirão Preto:** Aurélio Mialich**São José do Rio Preto:** Renato Martins**Sorocaba:** Marcos Leandro Tozi**Vale do Paraíba:** Fernando Shibata**Sul:** Sérgio Samano

Veículo institucional da Associação Paulista de Supermercados

Superintendente: Carlos Corrêa**Gerência de Comunicação e Marketing:**

Fabiano Benedetti

Coordenação editorial:

Alexandre Minghini (MTB 61.921)

Colaboradores: Fernanda Junqueira e João Amorim**Edição e reportagem:** Neide Martingo**Foto de capa:** Arquivo Apas**Fotografia:** FotoAndres.com**Produção:** Promovisão - www.promovisao.com.br**Diagramação:** Paula Valente e Paulo Garcia**Revisão:** Melina Marin**Tratamento de imagem:** Pict Estúdio**Produção gráfica:** Natali Andrade**Impressão:** Pigma Gráfica e Editora LTDA

Acontece APAS é uma publicação institucional da APAS - Associação Paulista de Supermercados, distribuída gratuitamente aos associados.

Os artigos assinados não refletem, necessariamente, a opinião da Associação.

Tiragem: 7.000 exemplares**Para anunciar:** (11) 3647-5027 ou

comercial@promovisao.com.br

Sugestões e críticas: imprensa@apas.com.br

ou (11) 3647-5000

Acesse: www.portalapas.org.br**Siga-nos:** www.twitter.com/infoapas

www.facebook.com/portal.apas

Os números da Copa são positivos

Durante a Copa do Mundo, consumo na cidade de São Paulo se manteve aquecido e o setor contabilizou um cenário positivo



Até o fechamento desta edição da Revista Acontece, fomos testemunha de um País inteiro unido para fazer a melhor Copa do Mundo de todos os tempos e, neste contexto, receber os turistas da melhor forma possível. Que energia! Que emoção ver um país se unindo e se fortalecendo em prol de um bem maior. Acredito que ali ficou marcado o quão poderoso é um povo que sabe trabalhar unido, e é com essa imagem que começo esta mensagem. Juntos, somos fortes!

Ainda discutida nas rodas de conversas, a Copa do Mundo em números tem rendido muito assunto devido aos valores alcançados, em um momento extraordinário para a economia brasileira.

Assim como divulgamos em nossa Pesquisa de Tendências, o resultado nas gôndolas durante o evento esportivo tem sido impressionante.

O Walmart Brasil registrou uma alta superior a 50% nas vendas de carnes para churrasco em relação a um dia considerado "normal". Já a categoria de salgadinhos apresentou um pico de vendas no dia da abertura da Copa, 12 de junho. A mesma rede registrou desempenho 70% acima na comparação com um dia sem jogo. O Extra, por exemplo, estava focado em alavancar as vendas de TVs, além de lanches e bebidas. No caso das cervejas, era previsto um crescimento de 40%, enquanto em refrigerantes, 20%.

Este cenário foi por diversas vezes abordado e explorado em ações da Associação durante todo o ano; inclusive, a Escola APAS ministrou um curso, nas Regionais e Distritais, com a temática "Como Preparar sua Loja para a Copa do Mundo". Voltado a gerentes de lojas e líderes de seção, o curso tinha como objetivo apresentar conceitos e estratégias para envolver toda a equipe operacional e os clientes com o clima do maior evento futebolístico do mundo, a partir da venda de produtos específicos e que podem ser consumidos nessa época do ano.

Por todos os lados, as campanhas para intensificar essas vendas exploravam as mais diversas formas de ativação. Os consumidores que foram às lojas do Carrefour em junho e julho, por exemplo, perceberam que 13 produtos de marca própria ganharam embalagem especial, inspirados no clima da Copa.

O Ministério do Turismo foi ainda mais otimista e estimou que 3,7 milhões de turistas movimentariam R\$ 6,7 bilhões no País e mobilizariam cerca de 200 mil trabalhadores temporários.

Para a edição de agosto, convido você, associado, a relatar sua experiência durante a Copa. O que foi feito de ação? Qual o resultado após os jogos do Mundial? Conte-nos a sua história.

Nesta edição, em que trazemos o início da temporada das Caravanas na capa, vale destacar que a mensagem desse projeto da APAS é trazer para o campo os jogadores que estão na arquibancada apenas aplaudindo. Nossa intenção é mostrar não só a sede e as ações de seus colaboradores para o associado do interior, mas proporcionar uma imersão na rotina da Associação. Além, é claro, das visitas técnicas, que revelam práticas vencedoras ao grupo, que conhece sempre lojas de referência.

E por falar em visita técnica, não deixe de se informar sobre o próximo destino da Viagem Técnica Internacional SuperVarejo. Já temos palestras e encontros marcados em Milão, Pádua, Firenze e Veneza, na bela Itália.

Nas próximas páginas também destacamos nossas impressões obtidas em uma pequena feira voltada a produtos orgânicos e naturais. Após uma tarde conversando com produtores e representantes, é possível chegar à conclusão de que os produtos saudáveis estão cada vez mais saborosos!

Boa leitura!



João Galassi

Fique de olho e não perca o prazo de cumprimento de determinações

Supermercadistas têm mais tempo para se adequar à lei que obriga o detalhamento dos impostos cobrados na nota fiscal e também para a obrigatoriedade do eSocial

A área jurídica da APAS anuncia boas notícias sobre assuntos que preocupam os associados. Nesta edição, destacamos três novidades importantes. Pelo menos duas delas oferecem um bem precioso para qualquer empreendedor: tempo.

O governo resolveu estender o prazo para que os varejistas se adaptem à lei que determina que seja informado na nota fiscal fornecida ao consumidor o valor aproximado dos tributos, cuja incidência influi na formação dos respectivos preços. Vale neste contexto a carga tributária incidente sobre mercadorias e serviços, relativa a tributos de competência da União, dos Estados e dos Municípios. A Lei número 12.741/2012, que tornou obrigatório o detalhamento, está em vigor desde junho do ano passado, mas uma Medida Provisória garante que a fiscalização servirá apenas para orientar os comerciantes e prestadores de serviços até o final deste ano. Portanto, o prazo para o supermercadista se adequar, sem que exista o perigo de receber multa, vai até dezembro de 2014.

Para o vice-presidente e diretor de Assuntos Jurídicos e Financeiros da APAS, Roberto Longo Pinho Moreno, a determinação é muito positiva, já que os associados terão mais tempo para tomar providências e oferecer o detalhamento aos clientes na nota fiscal. Mas é importante lembrar que a APAS é absolutamente favorável à lei, já que ela dá a informação à população sobre quanto está sendo pago em impostos. “Os consumidores, com a novidade, ficam sabendo que os vilões dos preços não são os supermercadistas. As informações na nota fiscal são claras e oferecem a possibilidade de todos saberem a carga que incide em cada um dos produtos que são levados para casa”, afirma Longo. “O associado precisa agora tomar providências para que, até o final do ano, esteja pronto para cumprir a lei.”

Outra determinação que preocupa muito o supermercadista é o eSocial – Sistema de Escrituração Fiscal Digital das Obrigações Fiscais, cujo prazo também foi prorrogado. O Comitê Gestor do eSocial decidiu que o prazo para que os varejistas

se adaptem será contado apenas após a publicação da versão definitiva do manual de orientação. A publicação desse pacote completo de informações é fundamental para o início do processo de adequação dos empreendedores. Seis meses após a divulgação desse manual, as empresas começarão a inserir os eventos iniciais em um ambiente de testes. E, após mais seis meses de testes, entrará em vigor a obrigatoriedade para o primeiro grupo de empregadores, formado por empresas de grande e médio porte (com faturamento anual superior a R\$ 3,6 milhões em 2014). O cronograma de ingresso no sistema para as pequenas e microempresas está sendo elaborado em conjunto com as entidades representativas desses segmentos. O prazo oficial para início do programa era 14 de janeiro deste ano.

O eSocial determina que os dados referentes a admissão, licenças, aviso prévio, desligamentos, remunerações e pagamentos — informações que já são obrigatoriamente prestadas por meio de diversos sistemas — passem a ser encaminhados por um canal único: o eSocial.

O sistema vai simplificar e racionalizar o cumprimento das obrigações previstas na legislação trabalhista, previdenciária e tributária, eliminando declarações e formulários exigidos pela Previdência Social, pelo Ministério do Trabalho e Emprego, pela Caixa Econômica Federal e pela Receita Federal, tais como Guia de Recolhimento do FGTS e de Informações à Previdência Social (GFIP), Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged). O objetivo do controle e da qualidade das informações prestadas poderá beneficiar também os trabalhadores. Eles poderão ter o reconhecimento dos direitos assegurados. “A APAS entende que a prorrogação do prazo para a adequação é muito favorável e o supermercadista precisa se preparar. A tecnologia pode ser usada para que os dados sejam organizados de forma eficiente. Dessa maneira, o associado não correrá risco de pagar multa”, detalha Longo.

Contrato de trabalho estendido

O tempo do contrato de trabalho temporário passou de seis para nove meses. A regra foi instituída pela Portaria 789. Para o diretor Roberto Longo Pinho Moreno, a decisão é positiva, já que permite ao associado ter mais tempo para conhecer melhor o funcionário. Mas o que interessa mesmo ao setor é a aprovação do projeto em tramitação, que permite ao varejista contratar funcionários para trabalhar apenas aos finais de semana. “Isso deverá acontecer num futuro próximo. A aprovação facilitaria a vida dos supermercadistas. Os funcionários ficam ociosos grande parte do tempo”, diz o diretor.



Os convênios que estão disponíveis só para quem é associado da APAS

Os convênios que estão disponíveis só para quem é associado da APAS

A área de Convênios da APAS trabalha este ano para obter vantagens exclusivas, que valem para produtos e serviços de qualidade. Os associados têm à disposição facilidades que ajudam a operação da loja e estimulam a economia. Resultado: sobram recursos para serem investidos nos negócios. Confira abaixo alguns dos convênios disponíveis para os associados, imprescindíveis para melhorar a rotina na loja.

Bobinas térmicas

Para os associados se adaptarem às novas regras de uso de bobinas de papel térmico, a APAS buscou uma parceria de qualidade. Foi firmado convênio com a empresa Bobprint, que proporcionou aos supermercadistas preços bastante competitivos. Entre as vantagens da exclusividade estão o papel de alta qualidade, material aprovado pelo Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT), e a durabilidade dos cupons fiscais impressos nas novas bobinas, que podem ser conservados de forma legível por pelo menos cinco anos após a impressão.

Certificação Digital

Para que documentos eletrônicos sejam aceitos e reconhecidos pela Receita Federal, é obrigatória a Certificação Digital, tecnologia que provê mecanismos de segurança para as transações eletrônicas e garante a autenticidade de todos os documentos. A parceria da APAS com a Serasa Experian permite que o associado obtenha o Certificado Digital por um custo diferenciado e com muita facilidade.

Consulta de cheques

A união da APAS com a Associação Comercial de São Paulo (ACSP) coloca à disposição do associado a maior base de informações comerciais e de crédito do País. A abrangência do serviço

é nacional e os dados correspondem a todos os segmentos empresariais (comércio, indústria, prestação de serviços, instituições financeiras, cartórios de protestos e juntas comerciais). O benefício é válido para todo o Estado de São Paulo.

Linhas de Crédito

Os associados contam com linhas de crédito exclusivas, graças à parceria com a Desenvolve SP, a Agência de Desenvolvimento Paulista. Algumas delas são a BNDES FINAME PSI, para a aquisição de máquinas e equipamentos, a Linha Especial Parcelada (LEP), para capital de giro, e a Linha Economia Verde (LEV), destinada ao financiamento de projetos de construção de edificações sustentáveis (verdes), implantação de fontes renováveis de energia, manejo de resíduos, melhoria dos sistemas de iluminação e refrigeração, troca de combustível.

Ponto Eletrônico

O objetivo é auxiliar os associados a cumprirem as leis trabalhistas. Por isso, a APAS firmou convênio de ponto eletrônico com a empresa Telemática. O equipamento pode ser usado por biometria ou código de barras e permite gerenciar com segurança o registro eletrônico de ponto dos funcionários.

Soluções Fiscais

Estar em dia com a legislação fiscal é motivo de tranquilidade para o supermercadista. Existem sempre novas diretrizes e obrigações para o setor. É preciso ficar atento às mudanças. Em parceria com a J&W Informática, foram firmados os convênios Soluções para Nota Fiscal Eletrônica, Nota Fiscal Paulista e Escrituração Fiscal Digital – SPED. Esses serviços se integram facilmente com os sistemas já existentes no supermercado e auxiliam o departamento administrativo e os contadores na organização, envio e transmissão de informações.

Recado da APAS

No Portal APAS, você encontra a lista de todos os convênios oferecidos aos associados. Não perca tempo e faça já a sua adesão! Acesse: www.portalapas.org.br



APAS participa de eventos que priorizam o respeito ao meio ambiente

Quem sofre com as baixas temperaturas também ganhou a atenção da Diretoria de Responsabilidade Social. Mais de 2 mil cobertores já foram doados. Colaboradores da APAS também se mobilizaram para arrecadar agasalhos

O ano de 2014 está sendo bastante movimentado para a Diretoria de Responsabilidade Social. As ações realizadas pela área foram reconhecidas não apenas pelo setor. Prova disso é que a APAS recebe convites para participar de eventos importantes pelo Brasil e ser multiplicadora de informações.

Uma das principais atividades da Diretoria foi a participação no Fórum Mundial do Meio Ambiente, realizado nos dias 5 e

6 de junho no Hotel Mabu, em Foz do Iguaçu, Paraná, pelo LIDE – Grupo de Líderes Empresariais. O evento reuniu lideranças empresariais, políticos, pesquisadores, organizações socioambientais e a imprensa para a troca de experiências sobre gestão econômica, ambiental e social. O objetivo foi fortalecer o conceito de sustentabilidade para a preservação socioambiental.



O presidente da APAS, João Galassi, na inauguração das estações de reciclagem nas lojas do Carrefour, junto com os executivos da Mondeléz Brasil, Carrefour e Tetra Pak

A coordenadora de Sustentabilidade da APAS, Rose Pavan, esteve no encontro representando o presidente da APAS, João Galassi, e também o diretor de Sustentabilidade, Erlon Godoy Ortega. Segundo ela, que assistiu às palestras, o tema central foi “O que esperamos para o Brasil?”.

O assunto provocou debates sobre mudanças climáticas, sustentabilidade, economia verde, mobilidade urbana e

biodiversidade, todos prioritários para a APAS. “A nossa presença no fórum foi muito importante. A APAS recebeu o convite para participar porque as ações da entidade fazem a diferença na sociedade. Tudo que foi ouvido nas palestras será repassado aos associados”, diz Rose Pavan.

Estações de reciclagem

A APAS também participou de uma importante iniciativa que vai, além de tudo, promover a conscientização da população no que se refere ao respeito ao meio ambiente. O Grupo Carrefour, em parceria com a fabricante de doces Mondeléz Brasil, disponibilizou 138 Estações de Reciclagem nos estacionamento das lojas espalhadas por 13 Estados brasileiros. O detalhe é que as estruturas das estações são ecologicamente corretas desde a sua composição, já que foram construídas com placas de material reciclado da Tetra Pak Brasil, e aceitam resíduos de metal, vidro, papel e plástico.

As crianças são também alvo da sensibilização. O mascote azul Ecomilão está nas estações e informa o público infantil sobre a destinação correta dos resíduos. O programa, denominado “Juntos pelo Meio Ambiente”, contemplou a renovação de 44 pontos já existentes e a instalação de outros 94. Com a expansão, a capacidade de coleta foi ampliada de 350 para mais de 1 mil toneladas ao mês e atende a crescente procura da população por locais que possam receber os resíduos recicláveis gerados em suas residências. A ação está alinhada com a Política Nacional de Resíduos Sólidos, que estabelece diretrizes para que, juntos, governo, iniciativa privada, sociedade e entidades em geral se mobilizem em prol da gestão correta dos resíduos gerados no País.

O evento de lançamento aconteceu na unidade Pinheiros da rede de supermercados e contou com a presença do CEO do Carrefour Brasil, Charles Desmartis, e dos presidentes da Mondeléz Brasil e da Tetra Pak América Latina, Alejandro Lorenzo e Paulo Nigro, respectivamente. O presidente da APAS, João Galassi, também marcou presença no encontro.

“O Carrefour tem compromisso com o desenvolvimento de uma cadeia de comércio responsável e grande preocupação com a redução do impacto ambiental e melhoria social. Entendemos nosso papel como agente de influência da cadeia, podendo contribuir em diversas etapas e promover melhorias na qualidade de vida das pessoas”, destacou o CEO do Grupo Carrefour no Brasil, Charles Desmartis.

“O foco educacional dessa parceria merece destaque. Afinal, enquanto empresas e cidadãos, ao incentivar o hábito da



As diretoras de Responsabilidade Social da APAS, Júlia Varandas e Virginia Galassi, entregam as doações à presidente do Fundo Social de Santos, Maria Ignez Barbosa

coleta seletiva, deixamos um importante legado e estamos contribuindo diretamente para a consolidação de parte da cadeia de reciclagem”, comentou o presidente da Mondeléz Brasil, Alejandro Lorenzo. De acordo com o presidente da Tetra Pak, Paulo Nigro, desde 2009 a empresa apoia o varejo na instalação de pontos de entrega voluntária, oferecendo placas e telhas produzidas com embalagens recicladas. “Acreditamos que essa é uma grande ferramenta para educar o consumidor sobre o descarte correto dos materiais recicláveis e está em conformidade com a responsabilidade compartilhada no gerenciamento dos resíduos sólidos urbanos, base da Política Nacional de Resíduos Sólidos”, afirmou. “Já iniciamos uma conversa com o presidente da APAS, João Galassi, e é muito provável que a associação irá nos ajudar a disseminar o ideal e o formato desse projeto entre os seus associados”, disse ele.

Doações

Mas as atividades da Diretoria de Responsabilidade Social foram além dos eventos. O frio chegou e, como acontece tradicionalmente, a entidade se mobiliza para levar ajuda a quem sofre com as baixas temperaturas. A APAS já doou 1 mil cobertores para a Prefeitura de Campinas. Em junho foi a vez do Fundo Social de Solidariedade de Limeira, que recebeu

Em Limeira, a campanha do Fundo Social foi um sucesso: entrega de certificados aos parceiros que colaboraram como ponto de arrecadação com caixas coletoras. Na foto, o casal Ronaldo (vice-presidente APAS) e Isabel dos Santos com a primeira-dama, Deise Hadich



300 cobertores, do Fundo Social da Baixada Santista, com 300 unidades, e também de Piracicaba, com 400.

Em Limeira, os Supermercados Enxuto e Covabra também fizeram doação de cobertores. Vale ressaltar que a APAS divulga a campanha anualmente para todos os seus associados participarem, colocando caixas coletoras nas lojas.

Outra bela iniciativa da Diretoria foi organizar uma festa junina no asilo O Raiar do Sol, que fica no bairro do Cambuci, em São Paulo. No dia 26 de junho, os 50 velhinhos assistidos ganharam vários agasalhos, kits de higiene e uma festa junina — só com comidinhas light, já que a maioria deles tem diabetes.

Mas os funcionários da APAS também se reuniram e fizeram bonito. As equipes se organizaram e criaram uma campanha durante o mês de junho para arrecadar agasalhos que serão doados a instituições de caridade. Dez grupos, com aproximadamente 12 funcionários cada, espalharam grandes caixas que simbolizavam convites para que todos fizessem suas doações. Os integrantes da equipe vencedora — a que conseguir mais agasalhos — vão ganhar ingressos do Cinemark (dois por pessoa) e concorrer a uma bicicleta.



Colaboradores de lojas da região da Baixada Santista durante curso: investimento para o futuro

Confeitaria e Açougue são as prioridades da Escola APAS em julho

Oficina Prática de Confeitaria nasceu de parceria da APAS com o Senai e a Nita Alimentos. Treinamento na área de açougue será feito por meio da E-Super

O mês de julho traz várias novidades para os associados que querem oferecer oportunidade de crescimento profissional às equipes de funcionários. O treinamento e qualidade nos serviços são grandes preocupações e desafios para os supermercadistas, impasses que podem ser minimizados com os cursos oferecidos pela Escola APAS.



Dê a sua opinião: qual projeto pode virar curso na Escola APAS em 2015?

A partir de agora, será possível transformar uma boa ideia num curso da Escola APAS. Estão abertas as inscrições para o envio de projetos. O objetivo é fomentar a participação de consultores e profissionais talentosos que possuam projetos criativos e inovadores, a fim de criar novos cursos voltados às boas práticas do autosserviço. Os interessados em participar do processo seletivo devem preencher o formulário, disponível no Portal APAS, até o dia 1º de agosto. Acesse: www.portalapas.org.br.

Os projetos aprovados integrarão o Catálogo de Cursos 2015 da Escola APAS. Se você já é consultor da Escola APAS ou deseja fazer parte desse time, ministrando cursos atualizados para atender à demanda dos profissionais que atuam no setor, não perca essa oportunidade. Mais informações sobre a seleção de novos projetos podem ser obtidas com a Central APAS de Relacionamento, no telefone (11) 3647-5000.

A Oficina Prática de Confeitaria é um curso de extrema importância para o setor. No mês de junho, a APAS, em parceria com a Nita Alimentos, realizou a Oficina Prática de Confeitaria para os associados da Regional Baixada Santista. A colaboradora da seção de Padaria do Supermercado Mini Preço, Elisângela dos Santos Souza, sabe o quanto as orientações são valiosas — tanto para o dia a dia na loja quanto para garantir um futuro profissional melhor. Ela participou da oficina e disse que foi muito importante aprender técnicas novas. “O professor dá dicas valiosas e ensina com muito cuidado. Para mim, os destaques foram as aulas sobre massa folhada e as técnicas para fazer arabescos com o chocolate. Isso tudo representa mais conhecimento. Trata-se de um investimento no futuro”, detalha Elisângela.

Segundo ela, não houve dificuldade para conciliar o

curso com o trabalho no supermercado. Elisângela ficou um dia na sede da APAS e concluiu as aulas. “Eu recomendo que todos que já estão na área ou que pretendam trabalhar nela façam o curso de confeitaria”.

Edilene Alves Fernandes, colaboradora do GPA em Santos, também ficou bastante satisfeita com o curso. “Mesmo em tão pouco tempo foi tudo maravilhoso. O instrutor interagiu com a turma de maneira eficaz e sanou todas as dúvidas”, elogiou.

Maria das Graças, do Grupo Carrefour, também da cidade de Santos, comemorou a oportunidade. “É sempre muito bom aperfeiçoarmos e conhecermos novidades”, disse ela.

Quem quiser seguir a sugestão da Elisângela, em continuação ao projeto que teve início no ano de 2012, as Escolas Senai e APAS prepararam um programa prático com novas receitas para aumentar as vendas na seção de Confeitaria, que será realizado na Escola Senai “Horácio Augusto da Silveira”, na Barra Funda, em São Paulo.

As aulas estão programadas para acontecer nos dias 21 e 22 de julho. Os alunos aprenderão princípios de Higiene e Manipulação e a fazer receitas de bolo de laranja, pastéis, bombons árabes e docinhos, além de escrita em bolos, quindim, recheios diferenciados e decoração de bolos e tortas e assamentos. “O professor da oficina é da Escola Senai. A associação procura priorizar as necessidades dos associados e ajudar na agilização do dia a dia”, afirma o diretor de Treinamento e Desenvolvimento da APAS, Pedro Celso Gonçalves.

E-Super

Outra novidade bastante esperada pelos associados é o curso de açougue a distância. A oportunidade tem início também no mês de julho. A demanda na área de perecíveis é crescente e a APAS se apressou em oferecer o treinamento on-line para que o supermercadista possa oferecer um serviço de maior qualidade aos clientes. O treinamento será imprescindível tanto para quem já trabalha em açougue quanto para os interessados em uma vaga do setor. “Os alunos vão conhecer os equipamentos utilizados nos açougues, os cortes especiais das carnes, limpeza, exposição e postura na hora de atender o cliente”, diz Pedro Celso. “É sempre importante ressaltar que os cursos da E-Super – Escola Digital de Supermercados cabem na realidade dos funcionários dos associados. Não é necessário sair da loja para aprender.”

Viagem Técnica Internacional

Itália

super **V**arejo



Associados APAS, chegou a oportunidade de vocês conhecerem os maiores varejistas italianos, seus diferenciais e novas tendências de mercado.

promo
nisao

**GARANTA AGORA O SEU LUGAR
A PREÇOS EXCLUSIVOS**

APROVEITE OS PACOTES ESPECIAIS:

APARTAMENTO
SINGLE

R\$ 8.499,00

7 PARCELAS
DE R\$ 1.214,15



PAGAMENTO EM ATÉ
7 vezes

APARTAMENTO
DUPLO

R\$ 6.890,00

7 PARCELAS
DE R\$ 984,29

ÚLTIMOS LUGARES!

BELLCAMP – AGÊNCIA OFICIAL DO EVENTO
(19) 3233-1301 / 3231-6840 / 3235-3333
ATENDIMENTO@BELLCAMPTURISMO.COM.BR

PROGRAMAÇÃO PRELIMINAR

DIA	MANHÃ	TARDE	NOITE
22/08 SEXTA-FEIRA		São Paulo	Embarque para Roma
23/08 SÁBADO	Chegada a Roma	Chegada a Verona	Jantar de boas-vindas (ARNEG)
24/08 DOMINGO	Dia livre em Veneza		Jantar especial (Padova)
25/08 SEGUNDA-FEIRA	Palestras	Visita técnica à ARNEG	Jantar
26/08 TERÇA-FEIRA	Visita técnica (lojas)		Livre
27/08 QUARTA-FEIRA	Milão	Visita técnica (lojas)	
28/08 QUINTA-FEIRA	Milão	Check-out	Saída para o Brasil

*Viagem exclusiva para associados. **Programação sujeita a alterações sem prévio aviso. ***Os valores consideram as despesas de passagem aérea (ida e volta), hospedagem, serviços de transfer e visitas técnicas contempladas na programação. ****Limite de duas pessoas por empresa (CNPJ).

PATROCÍNIO:

APAS
ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS

arneq



Caravanas APAS estão de volta

Sede recebeu em maio a primeira Caravana do ano, com associados vindos da Regional Sorocaba. Supermercadistas fizeram visitas técnicas e aprofundaram relacionamentos importantes para os negócios

A rotina do diretor do Supermercado Supercidade, de Sorocaba, Marcos Antonio Sabbatini, foi quebrada no dia 28 de maio. Ele fez parte da Caravana APAS, que está de volta. Os associados da região passaram o dia na sede da entidade, em São Paulo, e conheceram os detalhes dos produtos e serviços oferecidos pela APAS para melhorar o dia a dia do setor. A missão de estreitar o relacionamento entre supermercadistas e todos que atuam na APAS, bem como promover um dia diferente e agradável aos profissionais, com uma atmosfera repleta de relacionamento e aprendizado, mais uma vez foi cumprida.

Foi um dia de temperatura baixa e de ânimos em alta. Ao chegarem à Sede, os associados de Sorocaba foram recebidos pelos gestores da APAS. Na sequência, os profissionais que atuam à frente dos produtos e serviços oferecidos com exclusividade aos associados explicaram mais sobre todos os benefícios disponíveis, a fim de incrementar os negócios dos empresários.

“Essa foi a segunda vez que participei da Caravana. Fiz questão de repetir a experiência porque a viagem é muito proveitosa. É sempre bom ouvir sobre as vantagens oferecidas

aos associados e conhecer quem são os responsáveis pelos departamentos. Sempre que puder, farei parte da Caravana APAS”, afirmou Sabbatini.

Após a apresentação dos gestores da APAS, o grupo de supermercadistas conheceu toda a estrutura física e os departamentos da Associação, e pôde almoçar no local em companhia do superintendente Carlos Corrêa. “A APAS só trabalha com profissionais, que sabem de tudo”, elogiou Joel Siqueira, um dos fundadores da Rede Bom Lugar e vice-diretor da APAS Regional Sorocaba.

No período da tarde, os supermercadistas foram conhecer de perto a estrutura física e gestão de negócios de duas lojas: Hipermercado Andorinha e Madrid Supermercados. O primeiro, localizado na zona norte da capital, conta com uma área de 7 mil metros quadrados e mais de mil vagas de estacionamento. A loja, que ainda contempla um shopping, conta com 1.200 colaboradores, que atendem, em média, 30 mil clientes por dia.

“As visitas técnicas são valiosas. É importante saber como as lojas conseguem superar suas dificuldades. A falta de mão de obra preparada, por exemplo, chama a atenção. O treinamento oferecido pela Escola APAS é uma maneira de minimizar o problema”, diz Marcos Sabbatini, do Supercidade. Segundo ele, outro destaque foram as novidades em equipamentos e maquinário que agilizam o dia a dia. Mas alguns procedimentos ficaram na lembrança de Sabbatini e serão implantados na loja do Supercidade. “É possível minimizar as perdas com soluções simples. Em vez de colocar determinados produtos confinados, para evitar furtos, como aparelhos de barbear, o Andorinha deixa plaquinhas com o desenho da embalagem do produto nos checkouts. O consumidor que desejar levar a mercadoria entrega a placa para o fiscal de caixa, que pega o item no estoque. As vendas estão garantidas”, detalha ele.

Elian Fernandes Bianchi, da Rede Bom Lugar, também gostou do que viu e destacou uma das ações do Andorinha que melhora a higiene no estoque de mercadorias. “A vara de pesca exposta na entrada dos galpões para impedir a entrada de pombos, por exemplo, é um procedimento muito positivo, fácil e simples de fazer.”

“Nossa operação é muito simples. As atividades são focadas em ouvir os clientes e sempre conversar com os colaboradores, a fim de mantê-los motivados na loja”, afirmou o diretor do Andorinha, Murilo Gouveia.

O diretor de produção da Kodilar Alimentos, Wellington José Zacharias, empresa parceira da Caravana Sorocaba, destacou a importância do evento para fortalecer o contato entre

Nome	Supermercado
Marcos Leandro Tozi (diretor)	Malucho
Luiz Malucho	Malucho
Joel Siqueira (vice-diretor)	Siqueira
Thiago Siqueira	Siqueira
João Antônio Gabriel (vice-diretor)	Brasil Conveniência
Eliana Camilo	Rocco
Luiz Claudio Zaia	Zaia
Ramiro Xavier do Nascimento	Chimar
Marcos Antônio Sabbatini	Supercidade
Edson Locateli	Locateli
João Paulo Ruvilo Marchetti	Beira Rio
Paulo Coelho Viscaino	Rede Bom Lugar
Bruno Rugine	Rugine
Elian Fernandes Bianchi	Rede Bom Lugar
Fernando Carvalho dos Santos	Mairinque
Gustavo Moraes Perin	Mairinque
Valdernei Lucio Franco (patrocinador)	Kodilar Alimentos
Osmar Ricardo Sinhoreti (patrocinador)	Kodilar Alimentos

associados e a indústria. “A Kodilar é parceira da APAS em todas as suas realizações, como as feiras, jantares e, a partir do ano passado, as caravanas. Para a Kodilar, as caravanas trazem aproximação positiva com a APAS e estreitam relações com os supermercadistas”, disse. O diretor ainda elogiou as visitas técnicas que são efetuadas durante o evento. “As caravanas proporcionaram um dia produtivo e descontraído, em especial as visitas técnicas aos supermercados e à sede da APAS, que são sempre relevantes para a troca de conhecimentos e networking entre os participantes”.

Satisfação garantida

Os associados que participaram da caravana voltaram para casa muito satisfeitos. “Eu integrei uma das primeiras visitas técnicas da APAS há muito tempo e estou sempre presente nos eventos. Acho ótimo. É importante para um melhor relacionamento e também para perceber que a APAS é feita para os associados”, afirmou Elian Fernandes Bianchi, da Rede Bom Lugar.



Nas visitas técnicas, associados conheceram as rotinas dos supermercados Madrid e Andorinha

Bruno Rugine, do Supermercado Rugine, pretende retornar ao quadro associativo da APAS. O supermercadista aprovou a visita à sede e gostou do que ouviu dos gerentes da Associação. “Participo todos os anos da Feira APAS e posso dizer que alguns dos produtos e serviços apresentados me interessam bastante, como, por exemplo, os cursos da Escola APAS”, contou.

A rotina do Madrid Supermercado, cuja característica é a comercialização de produtos premium, também foi tema de debate entre os associados da Regional Sorocaba. Mercedes Mosquera, diretora do Madrid, deu as boas-vindas aos supermercadistas. “As visitas da APAS são sempre um prazer. Espero que todos gostem da nossa loja”, disse. “O segredo é dar atenção às pessoas. Não é a tecnologia, a arquitetura, o tamanho da loja ou o preço que fazem a diferença, e sim o

serviço”, afirmou. Com mais de 16 mil itens comercializados, um dos destaques do Madrid está relacionado à seção padaria, com produtos preparados na própria loja.

Para fechar o proveitoso dia com chave de ouro, os supermercadistas participaram de um animado happy hour na Cervejaria Nacional, localizada na zona oeste da capital.

Patrocínio

A Caravana APAS Regional Sorocaba foi patrocinada pela Kodilar Alimentos, parceira de longa data da Associação que comercializa mais de 400 itens entre cereais, farináceos, gelatinas, pimentas, especiarias, sopas, cremes, entre outros — divididos em duas linhas: Kodilar e Natural Life (linha natural que contempla granolas, chás, linhaças e cookies).

Vendas nos Supermercados crescem 1,79% em maio

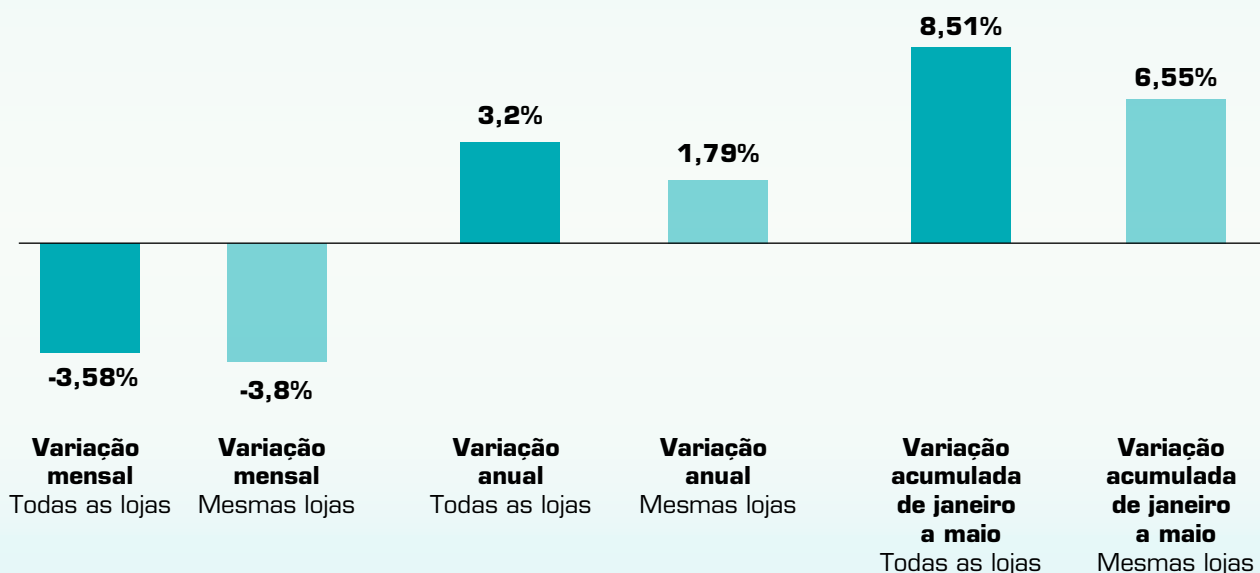
O **Faturamento Real dos Supermercados no Estado de São Paulo** (deflacionado pelo Índice de Preços dos Supermercados – IPS) no conceito de **mesmas lojas** apresentou queda de 3,80% em maio na comparação com abril. Na comparação anual, as vendas apresentaram crescimento de 1,79% em maio em relação a maio de 2013. No acumulado de janeiro a maio de 2014 (acumulado do ano) em relação ao mesmo período de 2013, o setor supermercadista apresenta alta de 6,55% nas vendas. Vale ressaltar que a inflação já afeta as vendas do setor supermercadista. A inflação compromete o poder de compra do consumidor, o que impacta diretamente no consumo das famílias. No conceito de **todas as lojas**, em maio, houve retração de 3,58% em relação a abril. Na comparação anual, houve elevação de 3,2% em maio em relação a maio de 2013. E no acumulado de janeiro a maio contra o mesmo período do ano anterior a elevação é de 8,51%.

Já o **Faturamento Nominal dos Supermercados** no Estado de São Paulo em maio teve queda de 3,03% em

relação a abril no conceito de **mesmas lojas**. Em relação a maio de 2013, houve alta de 8,07%. Já no acumulado de janeiro a maio contra o mesmo período do ano anterior, a alta é de 10,67%. No conceito de **todas as lojas**, houve queda de 2,81% em maio em relação a abril. Em relação a maio de 2013 houve alta de 9,56%. E no acumulado de janeiro a maio contra o mesmo período do ano anterior, a elevação é de 12,72%. Ao longo de 2013 e início de 2014, a elevação dos preços prejudicou as vendas ao reduzir o poder de compra da população. Não fosse esse fator, o desempenho do setor supermercadista estaria ainda mais aquecido. De todo modo, vale ressaltar que a atividade supermercadista apresenta resultados acima dos demais segmentos da economia e até mesmo acima do PIB brasileiro. Mas a inflação é uma variável que pode afetar o resultado e o desempenho do setor em 2014. Dessa maneira, é importante o acompanhamento da evolução dos preços nos próximos meses e seu impacto na renda e no emprego para verificar os reais impactos nas vendas ao longo do segundo semestre de 2014.

ÍNDICE DE VENDAS NOS SUPERMERCADOS - IVS/APAS MAIO DE 2014 (DEFLACIONADO PELO IPS)

Fonte: IVS/APAS



*Rodrigo Mariano, departamento de Economia e Pesquisa da Associação Paulista de Supermercados (APAS)



Saudável e saboroso

Evento em São Paulo reuniu representantes do setor de produtos orgânicos e naturais e revelou um mercado promissor. Estande na Feira APAS também foi um sucesso

Espaço Orgânico na APAS 2014: consumidores buscam produtos que tragam benefícios à saúde

Durante quatro dias, produtores, processadores e fabricantes apresentaram suas novidades em produtos orgânicos e naturais na 10ª edição da Bio Brazil Fair | BIOFACH America Latina e Naturaltech, no Parque do Ibirapuera, em São Paulo. O evento, encerrado no dia 7 de junho, revelou um crescimento do setor de orgânicos para este ano no País que já é estimado em 35% — contra os 22% de 2013 — com faturamento previsto de R\$ 2 bilhões.

Em visita à Feira, o presidente da Associação Paulista de Supermercados (APAS), João Galassi, destacou a importância que o setor vem ganhando frente ao mercado consumidor e elogiou a organização do evento pelo trabalho que vem sendo executado.

“É gratificante ver como a força de vontade é premiada. Este é um setor que preza, antes de qualquer coisa, pela saúde e qualidade de vida das pessoas, ou seja, este é um negócio que merece crescer pelo seu esforço e pelo seu propósito”, comentou Galassi.

Segundo alguns expositores, o desafio do setor ainda está relacionado à cultura do consumidor quanto ao preço. “Quando o consumidor sente que o preço está alto, ele acaba optando pelo mais barato e esquece a qualidade; o costume é optar pelo preço e não pelo valor agregado, infelizmente”, disse um dos expositores ao presidente João Galassi. “Há uma necessidade de mudança no conceito, pois o consumidor ainda não absorveu o benefício da saúde agregada às diferenças de cultivo e distribuição”, complementou.

Balanço positivo

Com o aumento na visibilidade e na presença em supermercados do País, gerado pela procura e demanda do consumidor, o setor de orgânicos também participou, com um estande de 200 metros quadrados, da Feira APAS 2014. Ao todo, 19 empresas estiveram representadas no estande, que

simulou uma prateleira repleta de produtos livres de compostos químicos, desde alimentos e cosméticos até rações para animais. “Os consumidores brasileiros adotam hábitos cada vez mais saudáveis e procuram produtos que tragam benefícios para a saúde. Esse espaço chega para aumentar ainda mais a demanda e variedade de produtos para o setor”, explicou o gerente de Projetos do Organics Brasil, Ming Chao Liu, que também foi responsável pela organização do Espaço, em parceria com a APAS.

O Organics Brasil é um programa de promoção internacional dos produtores orgânicos e sustentáveis, fomentado pela Apex-Brasil, que também apoia a Feira APAS na vinda do mercado estrangeiro ao País, com direção executiva do Instituto de Promoção do Desenvolvimento. O objetivo do programa é ampliar a comercialização de produtos brasileiros orgânicos no mercado mundial, por meio da preparação do mercado global e abertura de novos canais de comercialização.

Atualmente, o programa contempla mais de 70 produtores de todos os portes e biomas, de cosméticos a alimentos, de processadores de matérias-primas até agroindústrias mais estruturadas. Ming Liu revelou ainda que a receptividade dos visitantes da Feira APAS 2014 foi acima das expectativas. Para o presidente da APAS, ainda existe uma lacuna que destaca o valor agregado que esse tipo de produto representa, mas admitiu um crescimento significativo no consumo graças a ações como a parceria entre Organics Brasil e Apex. “O que o Ming tem feito deve servir de exemplo para outros produtores e representantes, afinal existe uma tendência crescente em buscar produtos que, além de saborosos, são extremamente benéficos à saúde”, comentou Galassi.

“Na apresentação do estande, usamos materiais recicláveis, cores fortes, disposição de produtos na gôndola e degustação para que o supermercadista tenha opções de mostrar de forma atrativa os produtos orgânicos e dar a possibilidade de escolha ao consumidor. Empresários de todos os Estados do Brasil passaram pelo Espaço Orgânico, sendo que a maioria tirou fotos dos nichos, iniciou relacionamento com as empresas, e 100% dos visitantes afirmaram que têm muita demanda por orgânicos. O consumidor está mais consciente, mais seletivo e exige opções de produtos com qualidade”, disse Liu.

Sucesso na prática

Em comparação ao ano passado, o Grupo Pão de Açúcar (GPA) deve registrar um crescimento em torno de 40% no setor de orgânicos, fato justificado pelo trabalho diferenciado que



a rede desenvolve no segmento há mais de 20 anos e que resulta na evolução de portfólio. “Com a melhora da educação, do poder aquisitivo e a busca consolidada por uma vida mais longa e saudável, é natural que as pessoas se interessem por orgânicos. Há uma busca por se viver mais, porém, com qualidade. Ao se informar mais, o consumidor vê que os orgânicos são importantes aliados”, conta a gerente Comercial do GPA, Sandra Saboia.

Atualmente, 100% das lojas Pão de Açúcar possuem seção própria para itens orgânicos. Para isso, a rede investe em capacitação de fornecedores por meio de técnicos no campo — eles visitam os produtores, aplicando treinamento e realizando auditorias para garantir a alta qualidade da produção.

A rede trabalha principalmente com produtores locais e familiares, o que totaliza aproximadamente 140. Muitos deles possuem, ainda, a oportunidade de comercializar itens com a marca própria da rede, Taeq, que, dentre seus 600 itens de alimentação saudável, possui uma linha com aproximadamente 260 orgânicos. Todo esse trabalho, somado ao desenvolvimento e capacitação de fornecedores de produtos industrializados, fez com que o Pão de Açúcar chegasse a 600 itens orgânicos cadastrados.



Equipe Comercial agora integra o quadro de colaboradores da APAS: produtos e serviços que vão além das necessidades dos clientes. No destaque, o gerente Fernando D'Ascola

APAS ganha área Comercial própria

Indústria receberá atendimento cada vez melhor. Com a mudança estratégica será possível oferecer soluções adequadas e rápidas aos clientes, gerando produtos que vão além de suas necessidades

A APAS promoveu recentemente mudanças estratégicas importantes na gestão comercial. A ideia é melhorar e aprofundar o relacionamento com os clientes para que eles sejam cada vez melhor atendidos em cada uma das suas necessidades. Desde o mês passado, a área está sendo conduzida por uma equipe de colaboradores da APAS – antes funcionários da agência Promovisão. Desta forma, todos os produtos da associação, como a Feira APAS e a Revista SuperVarejo, passam a ser conduzidos por esta equipe própria.

Podemos dizer que a modificação faz parte de um processo de maturidade empresarial da APAS. Será possível oferecer soluções adequadas e rápidas aos clientes, gerando produtos que vão além de suas necessidades.

Para aprimorar os serviços e o relacionamento já existentes, investindo em produção de conteúdo e geração de novos negócios, todos os profissionais da atual equipe Comercial prontamente foram integrados ao quadro de colaboradores da APAS. A Promovisão continua como fornecedora de serviços de criação publicitária e produção nos eventos da Associação.

Confira ao lado os nomes e contatos da equipe da área Comercial.

<p>Coordenadora Tel: 3647-5032 Cel: 97225-4477 alessandra.ortega@apas.com.br</p>	<p>Executivo de Vendas Tel: 3647-5319 Cel: 97459-8157 marcos.santana@apas.com.br</p>
<p>AMANDA FERNANDES ALENCAR Executiva de Prospecção Tel: 3647-5207 Cel: 99622-3939 amanda.alencar@apas.com.br</p>	<p>RODRIGO BERGANTIM Executivo de Vendas Tel: 3647-5040 Cel: 99692-5547 rodrigo.bergantim@apas.com.br</p>
<p>ANA CAROLINA PANSERA Executiva de Vendas Tel: 3647-5002 Cel: 99623-1360 ana.carolina@apas.com.br</p>	<p>RUBENS BERNARDI Executivo de Vendas Tel: 3647-5033 Cel: 97157-2286 rubens.bernardi@apas.com.br</p>
<p>FLAVIA BIAGI DE CARVALHO Assistente Comercial Internacional Tel: 3647-5316 Cel: 97240-1468 flavia.costa@apas.com.br</p>	<p>SILVANA ORTEGA MARTINS Executiva de Prospecção Tel: 3647-5030 Cel: 97253-0144 silvana.ortega@apas.com.br</p>
<p>GABRIEL RAMPONI Executivo de Vendas Tel: 3647-5313 Cel: 97149-6986 gabriel.ramponi@apas.com.br</p>	<p>TAMYRES SEVERO CORREIA Assistente Comercial Tel: 3647-5027 Cel: 94145-8521 tamyres.correia@apas.com.br</p>
<p>GRAZIELLA MANTOVANI Executivo de Vendas Tel: 3647-5035 Cel: 97171-5986 graziella.mantovani@apas.com.br</p>	<p>VANESSA HARUMI Executiva de Vendas Tel: 3647-5031 Cel: 97233-1707 vanessa.harumi@apas.com.br</p>

Experiência em feiras e eventos

FERNANDO D'ASCOLA

Gerente de Negócios

Tel.: 3647-5243 | Cel.: 94278-9345
fernando.dascola@apas.com.br

O novo gerente Comercial, Fernando D'Ascola, fez Engenharia Civil com ênfase em Transportes pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), e especializações em Física e Matemática no Harper College, nos Estados Unidos. Atualmente, cursa Marketing na Universidade Paulista (Unip). Foi gerente de Eventos na Reed Exhibitions Alcantara Machado – empresa que atua no mercado de feiras de negócios e demais eventos –, onde ficou durante seis anos, tendo sido responsável pela gestão de diversas feiras, entre elas Feira Internacional de Máquinas e Ferramentas – Feimafe, Expo Alumínio e Feira Internacional da Mecânica. Antes, trabalhou como executivo internacional e coordenador de vendas em empresas de montagens e locações de eventos, como Fergon e Compacta. Agora, D'Ascola traz toda a sua expertise para a Feira APAS e o Espaço APAS Centro de Convenções. “Para a Feira, pretendemos trazer novos expositores com o objetivo de ampliar e diversificar os setores do evento. Já em relação ao Espaço APAS, o objetivo é mostrar ao mercado os seus benefícios, assim como o seu potencial de oportunidades”, disse o novo gerente.



De que forma a APAS pode contribuir mais com os seus associados?

Pesquisa de Satisfação 2014 visa entender a evolução da Associação nos últimos três anos e norteará o planejamento estratégico para a melhora dos serviços e produtos

Como a APAS pode contribuir na operação dos seus supermercados associados? Este e outros questionamentos poderão ser sanados a partir da Pesquisa de Satisfação 2014, cujo objetivo é entender a evolução dos serviços e produtos oferecidos pela Associação desde 2011, ocasião em que ocorreu a primeira edição da pesquisa, bem como nortear o plano de ação e planejamento estratégico para os próximos anos.

Voltada para os supermercados do Estado de São Paulo, a Pesquisa de Satisfação 2014 poderá ser respondida on-line, até o dia 27 de julho. Em média, 20 minutos são suficientes para o supermercadista responder à pesquisa e ajudar a Associação a melhorar os serviços e produtos oferecidos com exclusividade aos associados.

“Esse feedback dos supermercadistas é de suma importância para tomarmos ciência se estamos no caminho certo, ver o que estamos fazendo bem e quais pontos podem ser melhorados.

Queremos realizar um planejamento a médio prazo e essas respostas darão um direcionamento mais coeso e preciso, além de proporcionar a identificação de novas oportunidades”, afirmou o presidente da APAS, João Galassi.

A Pesquisa de Satisfação é uma das ações da Diretoria de Relacionamento com o Associado. O diretor Roberti Catricala afirmou que o importante é que, cada vez mais, os associados conheçam e tenham acesso aos benefícios oferecidos a eles pela entidade. “A pesquisa servirá de instrumento para que a APAS busque uma melhora contínua dos seus serviços aos supermercadistas”, disse Catricala.

Para Aurélio Mialich, também diretor de Relacionamento com o Associado, os resultados da pesquisa servirão como um norte para os empresários do setor, que mostrarão as suas principais impressões, isto é, a realidade, o clima e o momento econômico atual do setor supermercadista paulista, sempre tão dinâmico e em constante mudança. “Podemos descobrir, por exemplo, que aquilo que o associado está sentindo pode se tornar uma tendência atual do setor. Por isso é tão importante a participação dos nossos associados na Pesquisa de Satisfação 2014”, completou ele.

Vale ressaltar que as informações fornecidas pelos supermercadistas são totalmente confidenciais. Todos os associados poderão participar da pesquisa: será enviado um e-mail e a Central APAS de Relacionamento, junto com a executiva responsável de sua Regional/Distrital, informará sobre esta ação. Fique ligado!

Como incrementar o lucro da sua loja

Com a chegada do mês de julho e o término da Copa do Mundo de Futebol, o calendário da Revista SuperVarejo traz recomendações para que os supermercadistas se preparem e tentem se antecipar aos desejos de seus clientes para essa época do ano. E nada melhor do que começar o segundo semestre preparado. Uma das maneiras de incrementar a rentabilidade é aproveitar as datas comemorativas e, assim, promover ações especiais nas lojas.

Em julho, foram comemorados o Dia do Panificador (8 de julho), o Dia da Pizza (10 de julho), a final da Copa do Mundo (13 de julho), ocasião em que as pessoas se reuniram na casa dos amigos para se confraternizar com comes e bebes, o Dia do Comerciante (16 de julho) e o Dia do Agricultor (28 de julho). Em agosto, teremos o Dia das Crianças e de Nossa Senhora Aparecida (dia 12) e o Dia do Professor (dia 15). Dessa maneira, a sugestão de categorias promocionais e as seções indicadas estão relacionadas a ingredientes de

feijoada, carnes, aves, jardinagem e floricultura, cervejas e bazar para julho e de bomboniere, cereais, achocolatados, reforçadores de saúde, CDs e DVDs de jogos, brinquedos, artigos e jogos eletrônicos, celulares e velas para agosto.

O Calendário foi idealizado com o objetivo de auxiliar os supermercadistas no planejamento e comercialização dos produtos, levando-se em consideração as datas de grande apelo por parte dos consumidores. No momento, é hora de se planejar para os eventos do mês de setembro, como o dia da Independência do Brasil, Dia da Árvore e o início da primavera, e já vale iniciar os preparativos para o festival da cerveja, em outubro.

“O Calendário representa um instrumento para o comprador se programar, auxiliando-o em sua estratégia promocional. É comum encontrarmos esse material na mesa desses profissionais”, diz o editor da Revista SuperVarejo, Rogério Gatti.



Reunião foi realizada em uma pizzaria tradicional no bairro do Tatuapé

Diretoria da Distrital Leste ressurge fortalecida

Após reunião definitiva, associados da região da zona leste de São Paulo decidiram reestruturar equipe de diretores

Uma reunião em volta de uma pizza e um debate importante. No dia 22 de junho, um grupo de supermercadistas se reuniu numa pizzaria tradicional da zona leste de São Paulo. O tema: a nomeação da Diretoria que estará à frente da Distrital Leste. O presidente da APAS, João Galassi, participou do encontro. Apesar do clima de descontração, ele ressaltou a importância da reunião, já que foi possível conhecer as dificuldades encontradas pelos empresários da região.

“Resgatamos a Diretoria do ABC. E também estamos fazendo um trabalho nas Regionais Osasco e Guarulhos. No jantar de Lançamento da Feira APAS 2014, por exemplo, esta última recebeu a presença de quase metade da bancada dos vereadores da cidade”, afirmou.

Galassi destacou as vantagens da nomeação de uma diretoria para a Distrital Leste. “Não há um diretor que não esteja crescendo, uma vez que eles conhecem todos os supermercados das Regionais. Esses diretores tiveram acesso a uma rede de relacionamento incrível. Portanto, queremos crescer, lucrar para termos negócios sustentáveis e, dessa forma, não ficarmos nas mãos de poucos”, explicou o presidente da APAS.

O superintendente da APAS, Carlos Corrêa, lembrou a importância da região para a cidade e, por consequência,

para o setor supermercadista. “O Estado de São Paulo tem 40 milhões de habitantes; 5 milhões estão na zona leste. Para se ter uma ideia da dimensão desse número, a região é maior do que a Regional Campinas, que conta com 90 cidades. Nesse contexto, o trabalho da APAS seguirá para ajudar na melhoria da qualidade de gestão”, disse.

Na visão de Carlos Corrêa, a nomeação de uma diretoria ajudará na resolução de questões que impactam os negócios dos supermercadistas. “Formamos uma associação que defende empresas de todos os portes. E, se não houver uma liderança para conversar com a subprefeitura e a fiscalização, por exemplo, não teremos sucesso. Do ponto de vista institucional, a zona leste comporta uma Diretoria para atender as demandas locais”, afirmou.

José Eduardo de Carvalho, diretor da recém-criada Regional Osasco, participou da reunião e compartilhou a sua experiência com os empresários. “Com a criação da Regional, aumentaremos o número de associados, de alunos nos cursos e a representatividade política. É sempre positivo conhecermos um concorrente. A APAS oferece essa possibilidade”.

Sílvio Alves, diretor da Regional Guarulhos, também falou sobre o trabalho diário executado em benefício aos associados. “Tínhamos problemas com a Polícia Civil e do Meio Ambiente. Com a representatividade e as reuniões, melhoramos o dia a dia dos associados em vários aspectos. A Vigilância Sanitária, por exemplo, estava lacrando os supermercados e, hoje, criamos um grupo com a organização de palestras desses profissionais”.

O diretor da Regional Guarulhos concluiu, afirmando que “conseguimos colocar uma pessoa na Secretaria de Desenvolvimento Econômico para representar os supermercadistas”.



Na foto maior, a empresária Sandra Machado com a presidente da Câmara, Kelli Storalli, e o presidente da APAS, João Galassi: negócios com o país africano



APAS recebe homenagem por ações que vêm rompendo fronteiras

A internacionalização da Feira APAS tem comprovado o crescente momento de negócios com diferentes países

A Feira APAS fortalece, a cada ano, os negócios internacionais feitos no setor. Um resultado tão importante que o reconhecimento desse trabalho chega com uma homenagem feita pela Câmara de Comércio Brasil-Moçambique.

O presidente da APAS, João Galassi, recebeu na noite de 9 de junho uma homenagem pelas ações que têm fortalecido o canal de diálogo e negócios, que proporcionaram a internacionalização da Feira APAS, e por consequência de seus associados e parceiros.

Durante a solenidade, realizada no Auditório Franco Montoro, da Assembleia Legislativa de São Paulo, Galassi ressaltou a importância da parceria com a Apex, que tem fortalecido e impulsionado a presença de empresários de vários países na Feira APAS. Para se ter uma ideia, o Projeto Comprador Internacional APAS-Apex da edição 2014 contemplou

325 reuniões, nas quais foram gerados negócios da ordem de US\$ 211 milhões. “O maior desafio desse tipo de ação é manter as fronteiras abertas e criar um crescente volume de negócios, além de deixar acessível o canal de negociações entre países como Moçambique”, afirmou Galassi.

O presidente da APAS ainda agradeceu o convite e, aproveitando a presença do Embaixador da Paz pelo Pacto Global da ONU, Dr. Marcelo Reis, destacou a assinatura do Pacto durante a 30ª edição da Feira APAS. Galassi lembrou também que, recentemente, a APAS lançou o Código de Conduta Corporativa, documento que rege as regras e comportamentos de todos os colaboradores e profissionais que representam a Associação.

O presidente da APAS elogiou o trabalho realizado pela Câmara de Comércio Brasil-Moçambique, na figura da presidente Kelli Storalli. “As ações da Câmara vão ao encontro do que acreditamos ser correto para fomentar os negócios entre os países”. Galassi estendeu a todos os homenageados da noite as parabenizações pelas ações que têm enriquecido e fortalecido os negócios com entidades internacionais e agradeceu pelos elogios recebidos. “Os elogios que recebi aqui resumem o esforço de todos os presentes”, finalizou Galassi.

O talento de Pedro Lopes Brandão está comprovado pelo sucesso da campanha Marcas Campeãs e na gestão do supermercado da família

Tudo começou quando o vice-presidente e diretor de Gestão Operacional e Comercial da APAS e seus três irmãos abriram um empório em Guarulhos, em 1974

É impossível falar da Marcas Campeãs sem lembrar do vice-presidente da APAS Pedro Lopes Brandão. A ação pioneira promovida pela associação, que envolve toda a cadeia varejista e distribuiu na Feira APAS 2014 um total de R\$ 1 milhão em prêmios, não teria saído do papel sem a criatividade e a força de vontade de Lopes.

“O objetivo era fazer uma campanha que pudesse ser bem aproveitada por todos os varejistas — os pequenos e os grandes. A campanha, desde o começo, apresentou resultados absolutamente positivos. Foi um primeiro passo para, a cada dia, a APAS ser mais reconhecida como entidade que busca apoiar sempre o setor supermercadista”, afirma Lopes.

A Marcas Campeãs é vitoriosa, mas, na vida de Lopes, representa o resultado de toda uma vida dedicada ao varejo. Para abordar o seu talento, é preciso visitar o passado e procurar detalhes do início. Em 1974, ao fundar o Bar e Empório São Rafael, no Jardim Tranquilidade, em Guarulhos, os quatro irmãos que vieram de Minas Gerais não imaginavam que o sucesso bateria à porta. Sucesso este que era reflexo de muito trabalho e bom atendimento. O pequeno armazém que comercializava uma seleta variedade de produtos transformou-se em uma rede de supermercados composta por 27 lojas, localizadas nas cidades de Guarulhos, São Paulo, Embu das Artes, Carapicuíba, Jandira, Osasco, Barueri, Itapevi e Sorocaba. Essa é a história do Lopes Supermercados, que se funde com a de Pedro Lopes Brandão.

No começo da carreira, Pedro Lopes e os irmãos faziam de tudo um pouco: da compra à precificação, arrumação da loja, limpeza de gôndolas. O trabalho começava cedo e só terminava depois que o último cliente ia embora. Os costumes continuam até hoje.



Pedro Lopes: “o supermercado da família vem se estruturando cada vez mais em busca de um crescimento sustentável”

Atualmente o vice-presidente da APAS levanta às 8 horas e já acompanha o andamento de todos os setores junto aos diretores. Os projetos que foram implantados na empresa da família ganham igual atenção. “A ideia é sempre contribuir e motivar a empresa a atingir seu melhor desempenho e resultado”, afirma.

Ele faz questão de ressaltar que todos os sócios do supermercado têm participação colaborativa. As decisões da empresa partem do comitê diretivo, que tem uma equipe qualificada e profissional trabalhando sempre dentro dos objetivos traçados. “O setor de supermercados no Brasil ainda tem espaço para crescer e o supermercado da família vem se estruturando cada vez mais em busca de um crescimento sustentável. Eu acredito que há sempre como se desenvolver”.



CONVÊNIOS APAS

PROMOÇÃO

**NA TEORIA E NA PRÁTICA,
INVESTIR EM CONHECIMENTO
É O MELHOR NEGÓCIO!**

**CONQUISTE MAIS RESULTADOS CAPACITANDO
E VALORIZANDO SUA EQUIPE**

CONHEÇA O BENEFÍCIO

Associado APAS tem **descontos exclusivos** em universidades para investir na capacitação profissional e na qualidade de vida dos seus colaboradores. Mais um benefício que os **Convênios APAS** oferecem para você!

CONDIÇÕES E DESCONTOS ESPECIAIS PARA: Universidades

VANTAGENS PARA OS SEUS NEGÓCIOS:

- condições facilitadas;
- valorização e capacitação de sua equipe;
- colaboradores mais motivados pelo reconhecimento;
- descontos especiais.

Para mais informações, ligue para nossa
Central APAS de Relacionamento: (11) 3647-5000. Se preferir, envie um e-mail
para convencios@apas.com.br ou acesse nosso portal www.portalapas.org.br



ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS


O Marshmallow MAX fofo e delicioso.



MaxMallows tem o **MAX** de fofura,
o **MAX** de sabor e o **MAX** de diversão!
Embalagens de 50g e 300g para escolher
o tamanho da sua diversão.

www.docile.com.br  facebook.com/docilealimentos

RS (51) 3726.2600 PE (81) 4009.2100

 Indústria 100% brasileira.

Docile