

REVISTA O QUE ACONTECE APAS

O CANAL DO SUPERMERCADISTA DE SÃO PAULO | ANO IV • EDIÇÃO Nº 37 • AGOSTO 2014



» UMA GESTÃO DE VOZ ATIVA

Presidência de João Galassi foi composta por grandes transformações e pelo esforço para unificar a representação do varejo brasileiro

» Brazilian Retail Week: encontro promove debate sobre unificação do varejo

» Viagem Internacional SuperVarejo: grupo irá conhecer lojas em cidades importantes da Itália

» Resultados da Copa do Mundo: otimismo do setor caiu antes da semifinal



Mensagem do Presidente *pág. 3*
A união do varejo como legado

Por dentro da lei *pág. 4*
Estabilidade dos preços em transações entre Rio de Janeiro e São Paulo

Troféu Ponto Extra *pág. 5*
A entrega do Oscar do setor supermercadista acontecerá no dia 30 de outubro

Diretorias
Responsabilidade Social *pág. 6*
T&D *pág. 8*

Viagem Técnica *pág. 10*
Viagem Técnica Internacional SuperVarejo da APAS este ano é para a Itália

BRWeek *pág. 17*
Encontro promove debate sobre unificação do varejo

Marcas Campeãs *pág. 18*
Campanha deixa um legado positivo entre associados

Capa *pág. 12*
Gestão Galassi: quatro anos de transformação

Convênios *pág. 19*
Convênio da APAS oferece o ponto eletrônico com vantagens exclusivas para o associado

Indicadores
Pessimismo em relação aos negócios é destaque na confiança do setor *pág. 20*
Por Rodrigo Mariano *pág. 21*

Social
Tem diretor coruja na associação *pág. 22*



Escola Digital de Supermercados **APAS**

Uma dica de pai para filho sobre como alavancar suas vendas. Confira!



como
você

Conquiste os melhores resultados para o seu supermercado investindo em conhecimento, pagando pouco e aproveitando muito.

Com os cursos e treinamentos digitais oferecidos pela E-Super, você e sua equipe saem sempre ganhando.

Agosto

Confira o novo formato dos cursos:

PREVENÇÃO DE PERDAS I
PREVENÇÃO DE PERDAS II

CURSOS MAIS ACESSADOS

Atendimento ao Cliente e Profissionalismo I, Prevenção de Perdas I, Administração do Estresse, Administração do Tempo, Atendimento e Profissionalismo II e Higiene e Manipulação de Alimentos.

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 Hissatugui**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)

Colaborador: 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: 3.000 exemplares**Para anunciar:** (11) 3647-5027 ou

comercial@apas.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

Uma gestão inteira para agradecer

Após cerca de 20 anos de APAS, entro para o grupo de profissionais que prezam pelo legado da associação e pelo planejamento quanto à evolução do setor



Ao longo de cerca de 20 anos de trabalho dedicado à Associação Paulista de Supermercados, tenho orgulho de dizer que sempre contei com o apoio de profissionais fantásticos. Nessa caminhada, percebi que nosso setor vive um constante processo evolutivo, o que torna mais do que necessária a colaboração de todos no que tange o acompanhamento das mudanças do cenário supermercadista.

Hoje, após ter vivenciado diversas experiências que me fizeram evoluir como homem e como profissional, assumo o papel de presidente do Conselho Deliberativo e devo manter a energia canalizada à ajudar a Diretoria Executiva.

Recentemente, participei de um painel sobre o varejo – vocês poderão ler a matéria nesta edição da Acontece – ocasião em que defendi e destaquei a importância de mantermos um estatuto forte e uma política de renovação, que tem servido de exemplo para outras entidades.

Fruto do nosso trabalho, o Código de Conduta Corporativa que implementamos neste ano pode ser considerado um grande exemplo do resultado do amadurecimento da associação ao longo desses dez presidentes que trabalharam com foco no associado.

A partir de agora, entro em campo para observar o setor e sugerir modificações, sempre que necessário, no plano de atividades da APAS. Com a função de olhar para o futuro, minha posição junto da comissão técnica, é calcular possibilidades e ajudar a arrumar os atacantes, prevendo situações que nos façam manter as goleadas.

Afinal, a velocidade com que as mudanças têm acontecido está muito diferente e dinâmica de outrora. E se hoje, nossa mensagem é ouvida em todo Estado é porque nosso Conselho Deliberativo têm lutado para que a força desta associação continue incontestável.

Um presidente divide-se entre suas obrigações como empresário de seu próprio negócio e as demandas da associação. Nesse contexto, estaremos sempre muito próximos para ajudar na análise e na política adotada por autoridades, oferecendo subsídios que possam contribuir para a viabilização ou aperfeiçoamento do setor.

Ao meu amigo Pedro Celso Gonçalves, que passa a liderar a APAS este ano, assim como para toda sua diretoria, desejo saúde e sobriedade para exercer um papel que eles já provaram ser dignos e competentes. E deixo aqui toda minha energia oferecida sempre que necessário para qualquer sugestão em suas decisões.

Um grande abraço e uma boa leitura!



João Galassi

Resolução do Confaz poderá estabilizar os preços nas transações entre Rio de Janeiro e São Paulo

Foi autorizado o recolhimento do ICMS sobre a venda de bebidas quentes, máquinas, aparelhos eletromecânicos e outros produtos. Só será possível avaliar a repercussão da novidade em 2015



Uma resolução do Conselho Nacional de Política Fazendária está sendo analisada pelo departamento jurídico da APAS. No mês passado o Confaz autorizou o recolhimento do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) sobre as vendas de bebidas quentes, máquinas e aparelhos eletromecânicos, materiais de construção e de limpeza entre empresas dos estados de São Paulo e do Rio de Janeiro.

A determinação acontece pelo regime de substituição tributária. Dessa forma, o imposto devido pela cadeia produtiva será pago antecipadamente por uma única empresa. Ou seja, até a mercadoria chegar às mãos do consumidor o imposto será obrigação de um só CNPJ.

É importante destacar que a mudança foi autorizada pelo (Confaz) por meio dos Protocolos ICMS 29, 30, 32 e 34, publicados em julho no Diário Oficial da União. Fazem parte também da decisão outros itens, como vodca, pinga, saquê, rum, filtro e depurador de água, impressora, maçarico, ardósia, cal, argamassa, tubo, revestimento, água sanitária, detergente e desinfetante.

Outros protocolos foram igualmente publicados no mês de julho no Diário Oficial: ICMS 31, 33 e 35. O de número 31

inclui alguns eletroeletrônicos na substituição tributária. O regime será aplicado nas operações entre empresas paulistas e fluminenses.

Já o Protocolo ICMS 33 estabelece a antecipação do imposto nas vendas de materiais elétricos de São Paulo para o Rio de Janeiro – não o inverso. O Confaz autorizou ainda a exclusão de um tipo específico de papel da lista de produtos de papelaria que recolhem o imposto por meio de substituição tributária. A alteração, prevista no Protocolo ICMS 35, é válida para operações entre ambos os estados.

Todas as alterações entram em vigor em São Paulo a partir de 1º de setembro. No Rio de Janeiro, a partir da publicação de decreto regulamentador.

De acordo com o diretor Roberto Longo Pinho Moreno, essa medida poderá estabilizar os preços nas transações entre Rio de Janeiro e São Paulo, além de fomentar o comércio com maior equilíbrio e transparência. “Mas o resultado somente poderá ser constatado a partir do primeiro trimestre de 2015, uma vez que a legislação entrará em vigor no primeiro dia útil do ano que vem. A APAS analisará o assunto e informará os associados sobre cada passo do processo”, diz Longo.

A entrega do Oscar do setor supermercadista acontecerá no dia 30 de outubro

A votação do Troféu Ponto Extra começa no dia 25 de agosto. O associado participa e elege os melhores fornecedores do mercado

A maior premiação do setor supermercadista brasileiro, realizada pela APAS, já está sendo preparada. A 19ª edição do Troféu Ponto Extra, que reconhece os fornecedores que mais se destacaram no segmento supermercadista no último ano. A premiação é muito importante, porque estreita o relacionamento com a indústria brasileira. Sem a qualidade e a excelência oferecidas pelos fabricantes, seria impossível garantir a satisfação dos clientes. Nada mais justo, portanto, que o setor supermercadista promova uma premiação como o Troféu Ponto Extra, destacando os melhores fornecedores do setor.

As empresas participam em 24 categorias: Bazar, Bebida alcoólica, Bebida não alcoólica, Carnes, Cerveja, Equipamentos leves, Equipamentos pesados, FLV, Fornecedor, Gestão e automação, Higiene/saúde/beleza, Leite longa vida, Limpeza, Mercearia doce, Mercearia

salgada, Perecíveis congelados, Perecíveis lácteos, Perecíveis resfriados, Pet food, Refrigerantes, Serviços financeiros, Suprimentos e embalagens, Transportes e Melhor anúncio de trade SuperVarejo.

A votação, pelo site do Troféu Ponto Extra – www.trofeupontoextra.com.br –, começa no dia 25 de agosto e vai até 26 de setembro. É de extrema importância que todos os associados participem. É dessa forma que os melhores serão reconhecidos e homenageados. O prêmio é uma forma de fomentar o bom relacionamento com os fornecedores.

Tradicionalmente, o anúncio dos vencedores e a entrega do Troféu Ponto Extra são realizados durante uma cerimônia grandiosa, que acontecerá no dia 30 de outubro, com a presença de associados, empresários e executivos dos maiores nomes da indústria brasileira.





Formaturas e novas turmas dos cursos Mãos Feitas e Forno e Fogão marcam o mês de julho

A área de Responsabilidade Social da APAS oferece a possibilidade de as pessoas terem sua independência financeira

Feliz com o resultado, o vice-diretor da regional Marília, Antônio Carlos Colatto, também compareceu à entrega de diplomas para prestigiar a conclusão de mais um projeto da associação

A diretoria de Responsabilidade da APAS está organizando formaturas dos alunos que fizeram os cursos Mãos Feitas e Forno e Fogão e preparando as novas turmas de pessoas interessadas em aprender uma profissão e ter independência financeira. A APAS sempre teve a preocupação de abrir caminhos para quem precisa.

O objetivo da associação, ao procurar parcerias e oferecer os cursos, é dar oportunidade às pessoas de se tornarem especialistas em uma determinada área de atuação, aliada à possibilidade de obter uma renda extra para o sustento da família. Isso tudo se traduz na existência do Mãos feitas e do Forno e Fogão.

O curso Forno e Fogão ensina o aluno a elaborar cardápios, além de preparar alimentos da cozinha básica e a arrumação de uma mesa. As turmas aprendem também noções de apresentação e higiene pessoal, manipulação e preparo de alimentos básicos e equipamentos domésticos.

Já as aulas do projeto Mãos Feitas são pautadas pelo desenvolvimento prático das técnicas de manicure e pedicure, sendo que as alunas recebem informações sobre esterilização

e manutenção de material, noções de custos e também dicas de etiqueta, comportamento e higiene pessoal. A APAS cede todo o material, composto por apostila e kit com alicate de cutícula, espátula, palitos, lixa de unha e pé, cremes, esmaltes, acetona e algodão.

Em julho, a Regional Osasco fez parceria com o (Projab) Projeto de Ação Social de Barueri para a realização do projeto Na Oportunidade. Na ocasião, 50 profissionais de duas turmas receberam o diploma. A diretora de Responsabilidade Social da Regional Osasco, Maria de Lurdes Torquato Silveira, entregou os certificados para as manicures que participaram do curso. “É com muita satisfação que participo desta formatura, uma vez que estamos dando mais oportunidades para essas mulheres e, por consequência, para suas respectivas famílias. O Mãos Feitas da APAS mais uma vez cumpre seu papel social, e podemos dizer que é um instrumento de esperança a essas pessoas de baixa renda”, disse.

“Mais duas turmas formadas e 50 profissionais que podem conseguir uma oportunidade no mercado de trabalho. Milhares

de mulheres por todo o estado já participaram do curso, o que nos dá ainda mais motivação para continuar o trabalho e, claro, sempre buscar melhorias em prol do próximo”, afirmou a diretora de Responsabilidade Social da APAS, Virgínia Galassi.

Recentemente, o curso foi realizado nas cidades de Marília e Oriente, interior de São Paulo. No período de 21 de julho a 1 de agosto, 30 alunos receberam aulas teóricas e práticas sobre o serviço de cozinha em restaurantes e buffets, por exemplo.

Em Oriente, o projeto contou com parceria do Sindicato de Hotéis Restaurantes, Bares e Similares de Marília. Na cerimônia de entrega dos diplomas de conclusão do curso, a entidade foi representada por seu presidente, Sinval César Grupo. Pelo lado da APAS, o vice-diretor da Regional Marília, Antônio Carlos Colatto, também compareceu ao evento, que contou com a presença da imprensa local.

“O conhecimento que o curso oferece, de forma gratuita, resulta em uma nova oportunidade profissional, que, inclusive, poderá proporcionar o início de uma carreira em nossos supermercados. Sem contar autoestima, uma vez que estas pessoas se tornam profissionais aptos para

concorrer a vagas no mercado de trabalho de forma geral”, afirmou Virgínia Galassi.

A partir das aulas do projeto Forno e Fogão APAS, os participantes aprendem sobre o melhor comportamento em uma entrevista de emprego, no local de trabalho e onde buscar cursos profissionalizantes. Na parte prática, o curso oferece toda a formação da culinária básica - com receitas que vão desde saladas até pratos mais elaborados. Os alunos também aprendem técnicas de higiene pessoal, segurança alimentar, a servir vinhos e como montar uma mesa à americana e à francesa.

Mais sobre o projeto

Forno e Fogão APAS tem o objetivo de proporcionar oportunidade de capacitação e aperfeiçoamento dos serviços de cozinha em restaurantes ou buffets, com noções de comportamento, higiene pessoal, segurança alimentar, como preparo e manipulação de alimentos, disposição de mesa, arrumação de bandejas e preparo de cardápio. Até o momento, 600 pessoas já foram atendidas.



OS CURSOS FORNO E FOGÃO E MÃOS FEITAS REGISTRAM FORMATURAS E NOVAS TURMAS EM DIVERSAS REGIONAIS APAS

MÃOS FEITAS:

- REGIONAL OSASCO — 2 TURMAS — FORMATURA: 21/7
- DISTRITAL LESTE — 1 TURMA — DE 28/7 A 1/8
- REGIONAL MARÍLIA:
 1. CIDADE VERA CRUZ — 2 TURMAS — DE 2/8 A 30/8
 2. CIDADE ORIENTE — 1 TURMA — DE 4/8 A 13/8
 3. CIDADE MARÍLIA — 1 TURMA — DE 28/7 A 8/8
- REGIONAL SÃO JOSÉ DO RIO PRETO — 2 TURMAS — DE 14/7 A 12/8
- REGIONAL BAIXADA SANTISTA — 2 TURMAS — DE 8/8 A 8/9
- REGIONAL RIBEIRÃO PRETO — 2 TURMAS — INÍCIO 28/7

FORNO E FOGÃO:

- REGIONAL CAMPINAS:
 1. CIDADE CAMPINAS — 1 TURMA — DE 16/6 A 23/7
 2. CIDADE LIMEIRA — 1 TURMA — DE 11/8 A 9/9
- REGIONAL BAURU — CIDADE JAÚ — 1 TURMA — DE 4/8 A 14/8
- REGIONAL MARÍLIA:
 1. CIDADE MARÍLIA — 1 TURMA — DE 21/7 A 31/7
 2. CIDADE ORIENTE — 1 TURMA — DE 21/7 A 31/7
- REGIONAL BAIXADA SANTISTA — 1 TURMA — DE 7/8 A 19/8

Cursos da Escola APAS estão cada vez mais presentes nas regionais

O mês de agosto traz grandes novidades e oportunidades valiosas para associados e funcionários

O grande número de certificados emitidos no interior do estado demonstra a curva crescente em que se encontram os esforços das regionais em disseminar o calendário de cursos da Escola APAS. São muitas as novidades neste mês de agosto para o associado que quer investir na evolução da sua força de trabalho.

Um dos cursos que mais chamaram a atenção é o Dinâmica de Grupo, que estará disponível pela primeira vez na Baixada Santista (veja quadro). O curso teve nove turmas em julho – 174 pessoas foram capacitadas. O interesse é tão grande, que a

APAS recebe inúmeros pedidos para que as aulas continuem. “O treinamento ensina os funcionários de recursos humanos dos supermercados a usar melhor as dinâmicas de grupo. Depois do curso eles terão mais informações para escolher o funcionário que tem o melhor perfil para ocupar a vaga”, afirma o diretor de Treinamento e Desenvolvimento da APAS, Pedro Celso Gonçalves.

A regional do Vale do Paraíba também terá novidade. O curso de açougue também será dado aos funcionários dos associados. O treinamento possibilita ao aluno melhorar a performance do setor e aumentar a produtividade da loja.

Já em Marília, a boa notícia é a Formação de Gerente de Supermercado Módulo Dois. O curso aborda várias práticas, desde liderança e negociação até empreendedorismo e estrutura organizacional e como operar vários setores, como FLV. “Já aconteceram três cursos em São Paulo, nos quais foram capacitadas 74 pessoas. O Módulo Dois foi criado por conta dos frequentes pedidos dos gerentes que frequentaram as aulas do Módulo Um. Eles queriam uma especialização ainda maior”, detalha Gonçalves.

QUADRO CURSOS ESCOLA APAS – AGOSTO

Fique de olho na agenda e matricule o seu funcionário

Regional	Data	Curso
Osasco	5	Lidando com Equipes em Supermercados
Araçatuba	6	Padronização: A Chave do Sucesso na Exposição dos seus Produtos
Campinas	6	Boas Práticas na Manipulação de Alimentos
Presidente Prudente	6	Operação de Check-out
São Paulo	6	Atendimento em Supermercados
Sul	7	Exposição e Reposição de Mercadorias em Supermercados
Vale do Paraíba	7	Formando uma Equipe com Postura Vendedora
São Paulo	12	Formação de Cartazista: Módulo II
ABC	12	Formação de Gerente de Supermercado: Módulo II
Baixada Santista	19	Recrutamento e Seleção como Estratégia Corporativa
Bauru	12	Boas Práticas na Manipulação de Alimentos
Guarulhos	12	Padaria e Confeitaria de Supermercados: Curso Básico
Marília	12	Padaria e Confeitaria de Supermercados: Curso Básico
Presidente Prudente	12	Motivação e Liderança: Conceitos Básicos
Ribeirão Preto	12	A Gestão do Tempo
S. J. do Rio Preto	12	Atendimento em Supermercados

Araçatuba	13	Operação de Check-out
Baixada Santista	13	Estratégias para uma Comunicação Eficaz
Sorocaba	13	Controle do Estresse
Sul	13	Operação de Check-out
Baixada Santista	14	Dinâmicas de Grupo para Seleção de Pessoal e Treinamentos
Campinas	14	Formando uma Equipe com Postura Vendedora
Leste	14	Gestão Tributária em Compras
ABC	19	Operação de Check-out
Bauru	19	Operação de Check-out
Guarulhos	19	Comunicação Funcional no Supermercado
Marília	19	Formação de Gerente de Supermercado: Módulo II
Osasco	19	Como Aumentar os Resultados Administrando Despesas
Sorocaba	19	Higiene e Saúde em Supermercados: Curso Básico
Vale do Paraíba	19	Açougue em Supermercados: Curso Básico
Araçatuba	20	Comunicação Escrita e Redação Empresarial
Leste	20	Padaria e Confeitaria de Supermercados: Curso Básico
Sul	20	Líder Coach
Vale do Paraíba	20	Como Aumentar os Resultados Administrando Despesas
Presidente Prudente	21	Açougue em Supermercados: Curso Básico
Ribeirão Preto	21	Boas Práticas na Manipulação de Alimentos
S. J. do Rio Preto	21	Comunicação Escrita e Redação Empresarial
São Paulo	21	Como Aumentar os Resultados Administrando Despesas
Vale do Paraíba	21	Higiene e Saúde em Supermercados: Curso Básico
ABC	26	Estratégias para uma Comunicação Eficaz
Bauru	26	Atendimento em Supermercados
Guarulhos	26	Prevenção de Perdas em Supermercados
Osasco	26	Formando uma Equipe com Postura Vendedora
S. J. do Rio Preto	26	Exposição e Reposição de Mercadorias em Supermercados
Sorocaba	28	Lidando com Equipes em Supermercados
Araçatuba	27	Frios e Laticínios em Supermercados: Curso Básico
Marília	27	Empacotador de Mercadorias
São Paulo	27	Higiene e Saúde em Supermercados: Curso Básico
Leste	28	Comunicação Escrita e Redação Empresarial
Ribeirão Preto	28	Lidando com Equipes em Supermercados



Viagem Técnica Internacional SuperVarejo da APAS este ano é para a Itália

Vagas esgotadas para mais uma missão fora das fronteiras do nosso país atrás de novas operações do varejo

O associado que já participou de uma viagem técnica da APAS não esquece jamais. Além de conhecer um destino de sonho, o supermercadista terá contato com pessoas importantes do setor no exterior e verá detalhes das experiências desenvolvidas pelas operações. Resumindo: trata-se de uma oportunidade única em nível profissional e pessoal.

O destino da viagem técnica deste ano é a Itália: Milão, Padova, Veneza e Firenze. O grupo visitará grandes varejistas italianos e terá contato com seus diferenciais de negócio e suas tendências inovadoras. "A viagem é uma possibilidade imperdível de fazer uma imersão em novidades do setor e aprimorar suas habilidades profissionais", detalha o presidente da APAS, João Galassi.

A viagem, que teve uma enorme busca por parte dos associados, será realizada entre 22 e 28 de agosto. Nesse período, os supermercadistas visitarão o Conad Tirreno Altopascio, o Hipercoop Novoli, Eataly Milano, Esselunga e outros mais.

Estados Unidos

Essa é a terceira viagem técnica internacional organizada pela APAS. Em 2012 o destino foi Chicago. Os participantes elogiaram muito a experiência de conhecer o funcionamento das principais lojas do varejo norte-americano, que é referência para o mercado internacional.

No ano passado a APAS promoveu a viagem técnica para Nova York. Foi mais uma oportunidade de compartilhar os cases de sucesso de um dos lugares mais concorridos do mundo, tendo também contato com a cultura e os costumes da região. É preciso destacar que a viagem técnica oferece a possibilidade de conhecer as características próprias do varejo local – desde o visual das lojas até os diferentes tipos de prestação de serviço aos consumidores.



MAIORES SUCESSOS
DO MERCADO

A MAIOR PREMIAÇÃO DO NOSSO SETOR ESTÁ CHEGANDO.

Supermercadista, em breve você conhecerá os indicados para o Troféu Ponto Extra 2014, que premiará as empresas que mais se destacaram no último ano.

Acesse o site e conheça todas as categorias.

TROFEUPONTOEXTRA.COM.BR

A votação começa dia 25 de agosto
e é você quem dá o tom.



Quatro anos de transformações na APAS

João Galassi assume presidência do conselho deliberativo e deixa uma herança positiva e extremamente valiosa

Uma revolução em quatro anos. O presidente João Galassi tomou posse no cargo mais importante da APAS em 2010. O primeiro mandato foi até 2012 e renovado por mais dois anos. O tempo de Galassi à frente da entidade chega ao fim. Mas o legado dele permanecerá. Galassi atuou duramente numa melhora do setor supermercadista. A APAS ampliou sua voz na luta pelos direitos dos varejistas e também levou auxílio em ações que beneficiam toda a sociedade. Afinal, são os supermercadistas que abastecem 90% das famílias brasileiras. E, por estarem tão perto dos consumidores, são considerados hoje **multiplicadores de informações**.

Foram diversas vitórias contabilizadas. Os caminhos estão traçados e há bastante trabalho para executar. Mas as atribuições da entidade, que luta pelos direitos e procura sempre o melhor para os associados, estão formadas. Nesta reportagem especial da Acontece APAS você vai lembrar as passagens mais importantes da associação nos últimos quatro anos. É tempo de festejar as conquistas, planejar as próximas ações e deixar aqui todas as homenagens a João Galassi.

Transformações

Há uma vasta lista de avanços registrados. As diretorias foram remodeladas e aproximaram-se ainda mais do associado. Foram criadas as áreas de marketing, economia e de relações institucionais. A gerência de TI, de Convênios e a Escola APAS passaram por mudanças.

A diretoria de Convênios, por exemplo, intensificou seu compromisso de firmar parcerias com instituições renomadas e de reconhecida solidez, apresentando ferramentas que auxiliam o dia a dia do lojista e reduzem os custos de operação de loja.



A Diretoria de Assuntos Jurídicos adquiriu um bom aprendizado, pois acompanhou um período desafiador e soube se posicionar frente às adversidades.

A área de Responsabilidade Social tem apresentado resultados dentro e fora da APAS. Toda equipe mergulhou de cabeça em diversas ações para que fosse levada ajuda a quem mais precisa. O **Mãos Feitas**, que capacita mulheres para a profissão de manicure, em parceria com grandes indústrias, e o **Forno e Fogão**, que ensina culinária aos alunos, com dicas de higiene pessoal e segurança alimentar, são os destaques do departamento, junto com o **Vaga Certa**, que promove o desenvolvimento pessoal e profissional de jovens que querem entrar no mercado de trabalho. E como não citar a ação de arrecadação em cada uma das edições da **Feira APAS**, que tem batido recordes a cada ano.

A falta de mão de obra preparada é uma das grandes preocupações dos supermercadistas, e contra essa falha cultural, a área de Treinamento e Desenvolvimento tem auxiliado na profissionalização de colaboradores em todo o estado. A Escola

APAS tem batido recordes de emissão de certificados, auxiliando a capacitação dos colaboradores nas lojas, criando e oferecendo aulas que detalham desde a operação de açougue ou padaria, por exemplo, até aulas direcionadas aos diretores e proprietários das grandes redes.

Tudo começou com a parceria do IGA Coca-Cola e Femsa, em 2011, que possibilita os funcionários se prepararem para exercer suas funções, sem atrapalhar a rotina de trabalho. Para os que ocupam cargos mais altos – gerência e diretoria – a novidade foi a criação da **Academia Abras, APAS e McKinsey de Varejo**.

A diretoria de Economia e Pesquisa hoje ajuda o setor supermercadista a se conhecer, com as pesquisas salariais, e leva informações que balizam o segmento, com a criação de índices importantes. Em parceria com a diretoria de T&D, foi feita a **Pesquisa Salarial** – levantamento inédito e exclusivo que traça um perfil dos salários pagos no setor, assim como o detalhamento de benefícios.

Algumas áreas foram criadas, como o **Escritório de Projetos**, que dá suporte para todas as iniciativas da APAS. As diretorias das regionais **ABC, Guarulhos e Osasco** foram abertas e aumentaram a representatividade da APAS em locais estratégicos.

O projeto **Caravanas APAS** foi um total sucesso. Associados de várias partes do estado passaram a conhecer a sede da APAS, assim como outros supermercados e puderam levar às suas cidades experiências valiosas. Vale lembrar que a **revista Acontece** nasceu durante a gestão Galassi.



1. A APAS sempre lutou pelos direitos dos supermercadistas. Encontros com o Governo aconteceram repetidas vezes. A foto mostra a reunião de representantes de várias entidades com o ministro **Guido Mantega** | 2. A presidenta **Dilma Rousseff** presente na Feira APAS 2012: a associação apoiou integralmente o programa **Brasil sem Miséria** | 3. O ex-presidente **Lula** visitou a Feira APAS e debateu com **João Galassi** os melhores caminhos para o setor varejista | 4. Na visita ao presidente da Fiesp, **Paulo Skaf**, **Galassi** mostrou que o foco no consumidor inclui ações conjuntas entre varejo e indústria | 5. **Galassi** e o ex-presidente **Fernando Henrique Cardoso**: A APAS sempre apoiou debates que visam melhorias para o setor.

A associação de dentro para fora

As conquistas vão além das atribuições de cada diretoria. A Feira APAS, a maior do mundo do setor supermercadista, não para de crescer em volume de negócios, que envolvem empreendedores de várias partes do mundo. Em alguns dias de evento pessoas se conhecem, se reconhecem, fecham contratos, trocam informações, experiências, participam de cursos, palestras e as empresas – as maiores do país – aguardam a feira para fazer seus lançamentos. Não é à toa que podemos usar a palavra “revolução” para definir os últimos quatro anos. Galassi conseguiu o envolvimento de diversas pessoas e entidades, além de órgãos do poder público e outras associações. Vale lembrar a internacionalização da **Feira APAS**, que na última edição reuniu empresas e visitantes de mais de 50 países.

O resultado disso é a vitória. Para ele, a diretoria da APAS é composta de empresários dispostos a trabalhar incansavelmente pelo setor. A contribuição desses diretores é extraordinária, pela experiência, dedicação às causas do setor e orientação aos projetos desenvolvidos pela APAS. A associação tem um **time unido**, que atua em conjunto para encontrar as soluções demandadas pelo setor. Conforme cresce o quadro de associados, a diretoria intensifica o trabalho associativo crescente e vai fortalecer cada vez mais a nossa entidade. Um exemplo de fortalecimento é o **Código de Conduta APAS**, elaborado este ano pela diretoria de Administração, Finanças, Ações Sociais e Patrimônio, que tem o objetivo de aprimorar o trabalho de governança corporativa da entidade.

“Ele sempre deu oportunidade para todos manifestarem seus pontos de vista. Juntos, criamos a Regional Osasco”

José Eduardo, diretor regional Osasco

“Implementou rapidamente um plano de atividades com o objetivo de agir em todas as áreas de nossa entidade. Durante quatro anos liderou esse plano de forma eficiente, focado nos resultados, porém sem perder o foco nos associados e na representatividade política, social e ambiental”

Ronaldo dos Santos, diretor da Feira APAS

“Foram quatro anos de muita diplomacia. Galassi dinamizou a APAS, garantindo assim uma abertura inédita de representatividade ao setor supermercadista”

Ana Paula Hissatugu, diretora regional ABC

“A gestão foi intensa, de grandes resultados e com respeito aos associados, sempre beneficiando a todos. E é assim que ele é na sua vida”

Virginia Galassi, diretora de Responsabilidade Social

“Foi uma gestão inovadora, que tornou a APAS mais dinâmica. O Galassi soube conduzir a entidade mantendo sempre a ética e o respeito com os seus pares de diretoria”

José Carlos Varandas, diretor regional Baixada Santista

“A gestão de João Galassi é o marco de uma nova era. Ele conseguiu uma união maior do setor e de toda a cadeia de abastecimento. O relacionamento com alguns dos principais órgãos reguladores do Governo também foi aprofundado”

Marcio Milan, membro do Conselho Consultivo

“Muito dinamismo, muita energia e sempre pensando no associativismo, independente de quem precisasse que enfrentar”

Emerson Luiz Svizzero, diretor regional Bauru

Parcerias fortalecidas

A aproximação do setor supermercadista com os órgãos públicos é um grande destaque da gestão Galassi. A entidade fez **parceria com o Procon-SP** e lançou, no dia 1º de outubro de 2011, a campanha de **Olho na Validade**, que garantia ao consumidor que encontrasse um produto com validade vencida no supermercado um item similar, dentro da validade. A iniciativa aprofundou o bom relacionamento da entidade com a população e mostrou que a APAS busca a transparência nas transações. A APAS criou uma **Câmara Técnica** para acompanhar o assunto e só colheu boas repercussões. A campanha teve tanta aceitação, que 11 estados brasileiros já aderiram.

A **desoneração de produtos da cesta básica**, anunciada

pelo governo federal, teve total apoio da entidade. A ideia era reduzir a zero a alíquota da contribuição para o PIS/Pasep, da Cofins, da Contribuição para o PIS/Pasep-Importação e da Cofins-Importação, incidentes sobre a receita decorrente da venda no mercado interno e sobre a importação de produtos que compõem a cesta básica.

A redução das taxas pagas pelos supermercadistas sempre foi grande preocupação da APAS. Este ano, com o objetivo de contribuir de forma significativa com a redução das alíquotas aos supermercadistas e, conseqüentemente, aos consumidores, a associação, em parceria com a Fapesp – Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo –, lançou o **Cartão Alimentação APAS-Fapesp**. O cartão permite

“A APAS é um processo de evolução excelente, ano após ano é preparado um novo presidente. Galassi foi um grande líder e trabalhou muito para o crescimento e para a união do setor”

*Renato Gaspar Martins,
diretor regional São José do Rio Preto*

“Um mandato extremamente ativo, que sempre buscou por melhorias e inovações para o setor e a sociedade, tendo realmente mergulhado no trabalho, ido a campo na busca por novas conquistas!”

*Pedro Henrique Nicoluci,
diretor regional Ribeirão Preto*

“Uma gestão inovadora, participativa e criativa. Ele conseguiu que o setor se unisse mais. Os números apresentados falam por si”

*Roberti Catricala, diretor de
Relacionamento com Associado*

“A gestão Galassi foi focada na visibilidade da APAS e nas ações de interesse do segmento supermercadista”

*Roberto Longo Pinho Moreno,
vice-presidente*

“O mandato do presidente João Galassi se notabilizou pela descentralização e intensificação da ação da entidade junto aos associados”

*Sérgio Samano, diretor
regional Distrital Sul*

“Uma gestão proativa e colaborativa com grandes realizações e avanços em projetos importantes nos âmbitos econômico, político, social e meio ambiente”

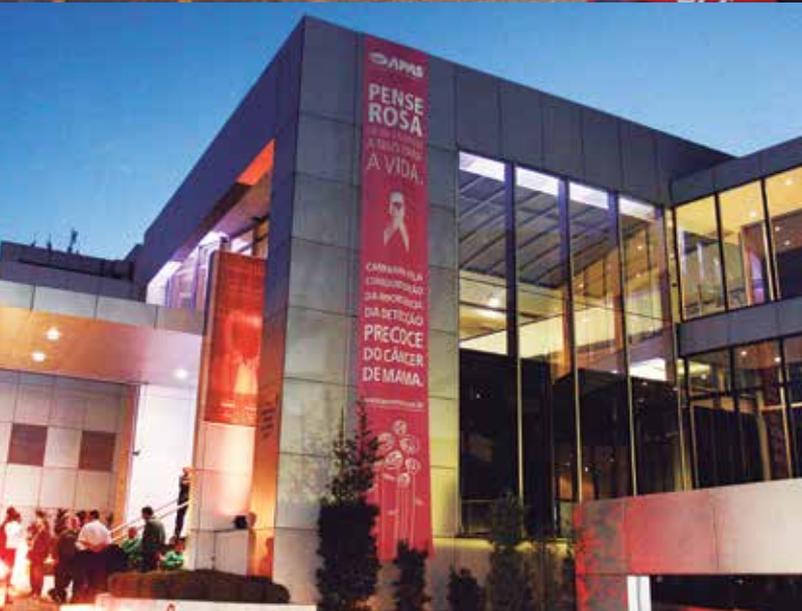
Fernando Shibata, diretor regional Vale do Paraíba

“Acredito que esses quatro anos foram um divisor de águas para nossa associação, que deu um grande salto nas resoluções de demandas e criou um arcabouço estrutural”

Aurélio Mialich, diretor regional Ribeirão Preto

“Uma gestão arrojada, em que o setor se posicionou com firmeza sobre vários assuntos. O presidente delegou funções e cobrou resultados, inovou e impulsionou muito a entidade”

Erlon Godoy Ortega, diretor de Sustentabilidade



disponibilizar o serviço de vale-alimentação e vale-refeição, com uma taxa de 1,8% aos supermercadistas associados – custo 60% menor que a maioria dos valores praticados atualmente, quando as taxas giram em torno de 4,5% a 8,0%. O que a APAS pretendeu criar foi uma referência de taxa para o supermercadista. A busca que foi feita tinha como iniciativa beneficiar tanto comerciantes como consumidores, pois ao pagar uma taxa diferenciada, o comerciante deixa de repassar esses custos ao consumidor.

Experiência externa

As **Viagens Técnicas Internacionais** são muito elogiadas por quem já participou do projeto. Foram feitas viagens a Chicago, em 2012, Nova York, em 2013, e este ano o destino é a Itália. O grupo visitou operações importantes nesses locais e pode implantar várias experiências no próprio negócio.

A campanha mais recente e que trouxe resultados

1. A campanha **De Olho na Validade** aprofundou a relação entre os supermercadistas e o público. Os consumidores tornaram-se “fiscais” e ajudaram os varejistas a ampliar a qualidade dos serviços | 2. Fruto de uma ação da Diretoria de Responsabilidade Social, em outubro a sede da entidade “vestiu” a cor rosa, com o objetivo de conscientizar as mulheres para a prevenção do câncer de mama | 3. **Academia Abras, APAS e McKinsey de Varejo** marcou a evolução da Escola APAS. O curso reuniu diretores, gerentes e profissionais da administração das lojas para um aprendizado extremamente valioso | 4. Lançamento do **Projeto EBITDA**. A cartilha, que tem o objetivo revelar o real valor de uma empresa, foi recebida com grande expectativa pelo setor supermercadista | 5. A APAS apoiou o projeto do governo paulista e proibiu a venda de bebidas alcoólicas para menores de 18 anos. Os associados afixaram cartazes nas lojas informando a decisão.

institucionais importantes foi a **Marcas Campeãs**. Desde o início a campanha chamou a atenção dos associados, assim como a dos fabricantes dos produtos e a dos consumidores, pelo pioneirismo e pela grandiosidade. O resultado não poderia ser diferente. Foram mais de 22 milhões de cupons cadastrados, a participação de 834 lojas de supermercados espalhadas por todo o estado de São Paulo e 25 fornecedores renomados da indústria brasileira. A campanha chegou ao fim com o sorteio realizado – com transmissão ao vivo para o portal da promoção – durante a Feira APAS 2014.

Encontro promove debate sobre unificação do varejo

Durante debate no BRWeek, presidente da APAS e lideranças do varejo brasileiro destacam a representatividade do setor para o país e sugerem a criação de uma entidade centralizada

Mudanças no estatuto de entidades ligadas ao varejo, diminuição da carga tributária e maior representatividade do setor foram alguns dos temas debatidos durante o Congresso Brazilian Retail Week, que, realizado na última terça-feira, 29, em São Paulo, teve como tema o Varejo em Transformação: Competitividade em Foco.

Ao lado de João Galassi, participaram do debate o presidente da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), Luiz Fernando Veiga; o presidente da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), Roque Pellizzaro Franco; a presidente da Associação Brasileira de Franchising (ABF), Cristina Franco; o VP e coordenador geral do Conselho do Varejo – ACSP – Associação Comercial, Nelson Felipe Kheiraah; e a diretora executiva da IDV, Fabíola C. Xavier.

Durante o debate, o presidente da APAS defendeu a constituição de uma associação que represente o varejo como um todo. “Precisamos ter uma voz única para fortalecer a união dos nichos, ou seja, um pilar único. Devemos criar a associação das associações”, disse.

“O setor supermercadista possui R\$ 92 bilhões de faturamento, em São Paulo, enquanto que no Brasil o faturamento chega a R\$ 272 bilhões e 82 mil lojas, o correspondente a 6% do PIB. O consumo das famílias representa 64% do PIB do Brasil e 25% de São Paulo, além de empregar 9 milhões de pessoas. Já está na hora de termos uma associação que nos represente”, frisou.

A diretora executiva da IDV, Fabíola C. Xavier, corrobora com as palavras de João Galassi. “O setor vem amadurecendo muito, principalmente nos últimos dez anos. Seria factível ter algo que pudesse nos unir.”

A opinião sobre a necessidade da reforma tributária e a grande burocracia existente foi unânime no debate. “Valeria a pena brigarmos pela reforma tributária. Há muita burocracia e que toma o tempo dos pequenos, sendo que eles são o celeiro da mão de obra e ajudam o varejo a crescer”, afirmou Nelson Felipe Kheiraah.

Nesse contexto, a presidente da ABF, Cristina Franco, reforçou que há uma reunião agendada para o mês de setembro, a fim de construir uma pauta única em torno da discussão acerca sobre rumos do setor. “Vimos a força do empresariado ligado à indústria e enxergamos, sim, a possibilidade de uma união entre os varejistas. Por esse motivo, vamos nos reunir, discutir esses temas e nos organizar para que nossa voz seja forte e tenhamos mais representatividade no Governo.”

O presidente da Abrasce, Luiz Fernando Veiga, defendeu a união dos setores em prol do varejo. “Não estamos com tempo para ir ao



“Precisamos ter uma voz única para fortalecer a união dos nichos, ou seja, um pilar único”, disse João Galassi durante BRWeek em São Paulo

ataque, por isso ficamos sempre na defensiva. Só queremos que o Governo nos deixe trabalhar”, afirmou.

Questionado sobre um grande sonho, o presidente da APAS reiterou o desejo de ver o setor crescendo cada vez mais. “Queremos continuar empregando e, atualmente, a cada cinco empregos, um é proveniente do varejo. Podemos ir além.”

Considerado um dos maiores eventos do varejo brasileiro, o BRWeek, que se encerra nesta quarta-feira, 30 de julho, deve reunir cerca de 2.500 varejistas e especialistas de todos os setores do mercado. O presidente da APAS, João Galassi, participou da sala Marketing, Comportamento e Consumidores, que abordou a representatividade do setor.

Campanha Marcas Campeãs deixa um legado

Madrid Supermercados comemora os resultados e destaca a maior interação com os clientes

Quando uma pequena casa que comercializava carnes, sediada em uma pensão alugada, foi inaugurada, o empresário Emilio Mosquera Gonzale não imaginava o quão longe poderia chegar. De 1972 para cá, muita coisa mudou e o pequeno negócio se transformou em um dos supermercados mais conceituados da cidade de São Paulo: o Madrid, que conta com unidades nos bairros Santa Cecília e Paraíso. Ao lado de centenas de lojas do estado, 834 no total, o associado da APAS participou da campanha Marcas Campeãs, que, em maio, sorteou mais de R\$ 1 milhão em prêmios aos consumidores.

Olavo de Brito, que presta consultoria ao Madrid Supermercados, destaca a oportunidade de gerar uma campanha de captação de mailing e ações de integração com os clientes. “Passamos diariamente por lojas de vizinhanças que não têm essa oportunidade e, além disso, não contam com um departamento de marketing para desenvolver ações que são primordiais, a partir do maior envolvimento com os clientes”, afirmou.

O profissional da ODB Consultoria e Treinamento ainda salientou que, a partir de uma campanha estruturada, o operacional das duas lojas (atendentes, operadoras, repositores e gerentes) contou com uma nova – e interessante – forma de interação com os clientes, oferecendo inovação e um diferencial. “Dentro das lojas do Madrid, a comunicação visual da campanha com apresentação dos prêmios trouxe um status que somente redes maiores possuem, pois, realmente, se tratou de uma campanha de porte muito grande”, explicou.

Na visão de Olavo de Brito, a campanha Marcas Campeãs APAS também aguçou a curiosidade e a expectativa dos



Luiz Fernando Junca Gomes, morador do bairro de Higienópolis, em São Paulo, foi o sorteado da capital que levou um dos carros para casa

clientes acerca da possibilidade de ganhar grandes prêmios (destaque para uma casa e 20 carros) e rendeu frutos pós-sorteio. “Tivemos a feliz surpresa de ver que um dos ganhadores dos carros é cliente da loja. Esse fato deu uma credibilidade ainda maior para a campanha, bem como gerou outras formas de interação com os clientes, que, por consequência, têm mais motivos para continuar comprando no Madrid e participando de nossas ações”, comemorou o profissional.

Colhendo frutos

Segundo Olavo de Brito, a campanha Marcas Campeãs APAS deixa um legado para a loja que, de forma independente, dificilmente seria alcançado. Como benefícios, o profissional cita a formatação da campanha, os grandes prêmios ofertados, a comunicação visual, a estruturação e a organização do sorteio. “Destaco também, claro, a entrega de um carro Zero Km a um feliz

cliente”, disse. “Ressalto ainda o mailing disponibilizado após a campanha, que servirá como base para uma nova ação de relacionamento que está inserida no planejamento da empresa, a partir da implantação do software CRM”, complementou.

Como não poderia ser diferente, o ganhador do carro o km, Luiz Fernando Juncal Gomes, é só felicidade. O morador do bairro de Higienópolis realiza compras semanalmente na loja do bairro Santa Cecília. “Quando me ligaram, nem passou pela minha cabeça que eu tinha ganhado um carro. Não acreditei, até porque fui bancário por 32 anos e já vi uma série de golpes. Mas quando acessei o site da promoção e vi meu nome, eu confirmei que era verdade”, comemorou.

O felizardo já possui carro e, dessa forma, o prêmio servirá como um investimento. Entretanto, o pouco tempo que guiou o possante foi suficiente para tecer elogios. “Não conhecia o Nissan March, o carro é muito bom”, completou.

Já solicitou o seu mailing de clientes?

Os associados que participaram da campanha e desejam contar com o mailing de clientes que fizeram compras nas lojas durante a campanha, favor enviar e-mail para associados@promocaomarcascampeas.com.br ou ligar para o telefone (11) 2076-0133. A lista completa dos ganhadores pode ser visualizada aqui (<http://54.207.51.197/ganhadores.php>).

CONVÊNIO

Convênio da APAS oferece o ponto eletrônico com vantagens exclusivas para o associado

Parceria com a empresa Telemática garante preço convidativo e qualidade. O supermercadista pode aplicar o dinheiro que economizou na operação da loja

O cumprimento das leis trabalhistas é, muitas vezes, motivo de dor de cabeça para os associados. O departamento de Convênios da APAS está sempre atento a isso e oferece continuamente soluções para facilitar o dia a dia nas lojas.

A obrigatoriedade do ponto eletrônico é um bom exemplo disso. Os varejistas têm que cumprir as exigências da Portaria 1.510/2009 do Ministério do Trabalho e Emprego. O objetivo da determinação é modernizar as relações de trabalho e garantir meios mais prudentes e eficientes de controle das jornadas de trabalho. Na prática, os associados são obrigados a cumprir a determinação. Caso contrário podem ser multados. E nesse cenário entra a APAS.

Desde agosto do ano passado os associados tem à sua disposição o convênio firmado com a Telemática. A facilidade vem sendo muito elogiada pelos varejistas que a conhecem. Entre as vantagens exclusivas, está o preço oferecido aos associados. O valor do ponto eletrônico fica bem abaixo do encontrado no mercado.

“Com os convênios da entidade, os pequenos e médios supermercadistas têm acesso às mesmas oportunidades de qualidade das grandes redes. A economia conseguida pelo



varejista pode se transformar em melhoria na operação da loja”, afirma a gerente de relacionamento da APAS, Priscila Macca.

A Telemática é líder de mercado. A empresa oferece um equipamento que pode ser utilizado por biometria ou código de barras. Com ele, o associado vai gerenciar o registro eletrônico do ponto dos funcionários de forma ágil, simples, segura e completa.

É importante ressaltar que a Telemática é uma das líderes do seu segmento. Trata-se de uma empresa brasileira que oferece um portfólio de produtos, serviços e soluções de seguridade há mais de 30 anos.

Copa do Mundo não impulsiona vendas no setor supermercadista

Pessimismo em relação aos negócios é destaque na confiança do setor

A Pesquisa de Confiança dos Supermercados do Estado de São Paulo (PCS/APAS), de junho, realizada pela APAS, apresentou redução do otimismo em relação ao momento atual, atingindo 13,6%, ante os 12,5% do mês anterior. O desempenho das vendas é uma variável que determina o aumento do otimismo e, conseqüentemente, da confiança do setor supermercadista, segundo apresentou o economista da associação, Rodrigo Mariano, gerente do Departamento de Economia e Pesquisa. Ele explicou que “o desempenho das vendas no período de Copa do Mundo não foi o projetado e esperado pelas empresas do setor”.

De acordo com o presidente da associação, João Galassi, um dos fatores que gerou o pessimismo foi justamente a primeira fase da Copa do Mundo, em que a expectativa inicial era de vendas maiores, o que não ocorreu. “Apesar de impulsionar as vendas de categorias como bebidas e carnes, a Copa pressionou as margens do mercado. Cresceram as vendas de carnes e bebidas, mas

especialmente bebidas são itens de margem menor e houve um ambiente promocional, o que afetou a rentabilidade”, destacou.

Vale ressaltar que o crescimento das vendas nominais através do IVS/APAS de junho aponta para um crescimento de 10,56% em 2014, contra 14,52% em junho de 2013, mês em que não houve a Copa do Mundo. Ou seja, o desempenho em junho deste ano foi inferior ao mesmo mês do ano anterior. Portanto, a Copa do Mundo não trouxe efeitos positivos em termos de vendas para os supermercados.

De acordo com Galassi, a entidade também vem detectando a preocupação com a confiança em pesquisas desde 2013. Na avaliação dele, porém, até o momento essa menor confiança ainda não está indicando uma retração dos investimentos do segmento no próximo ano. “É claro que ninguém gosta de investir em um ambiente que não tenha sustentabilidade, mas não diria que há uma redução, há uma necessidade de mais tempo de planejamento”, conclui.

ÍNDICE DE CONFIANÇA DOS SUPERMERCADOS - MAIO/JUNHO

TOTAL	Otimismo		Neutralidade		Pessimismo	
	13,6% - 12,5%		35,1% - 34,9%		51,2% - 52,6%	
RESULTADO PARCIAL	Percepção Atual			Expectativa Futura		
	Otimismo	Neutro	Pessimismo	Otimismo	Neutro	Pessimismo
	13,2% - 9,2%	31,7% - 32,4%	55% - 57,8%	14,1% - 15,2%	38,5% - 37,4%	47,4% - 47,4%
VARIÁVEIS	Percepção Atual			Expectativa Futura		
	Otimismo	Neutro	Pessimismo	Otimismo	Neutro	Pessimismo
Vendas de seu supermercado	26% - 22%	56% - 50%	19% - 28%	30% - 17%	52% - 56%	19% - 28%
Atividade econômica interna (evolução do PIB)	11% - 6%	44% - 44%	44% - 50%	7% - 13%	44% - 25%	48% - 63%
Empregos em seu supermercado	22% - 0%	74% - 80%	4% - 20%	15% - 7%	70% - 73%	15% - 20%
Nível da taxa de juros no Brasil	11% - 13%	0% - 0%	89% - 87%	11% - 27%	0% - 0%	89% - 73%
Taxa de inflação	4% - 0%	22% - 33%	74% - 67%	7% - 13%	26% - 33%	67% - 53%
Grau de satisfação com o governo federal	0% - 0%	4% - 7%	97% - 93%	-	-	-
Grau de satisfação com o governo estadual	19% - 27%	22% - 13%	59% - 60%	-	-	-

Confiança do setor supermercadista reduz em julho

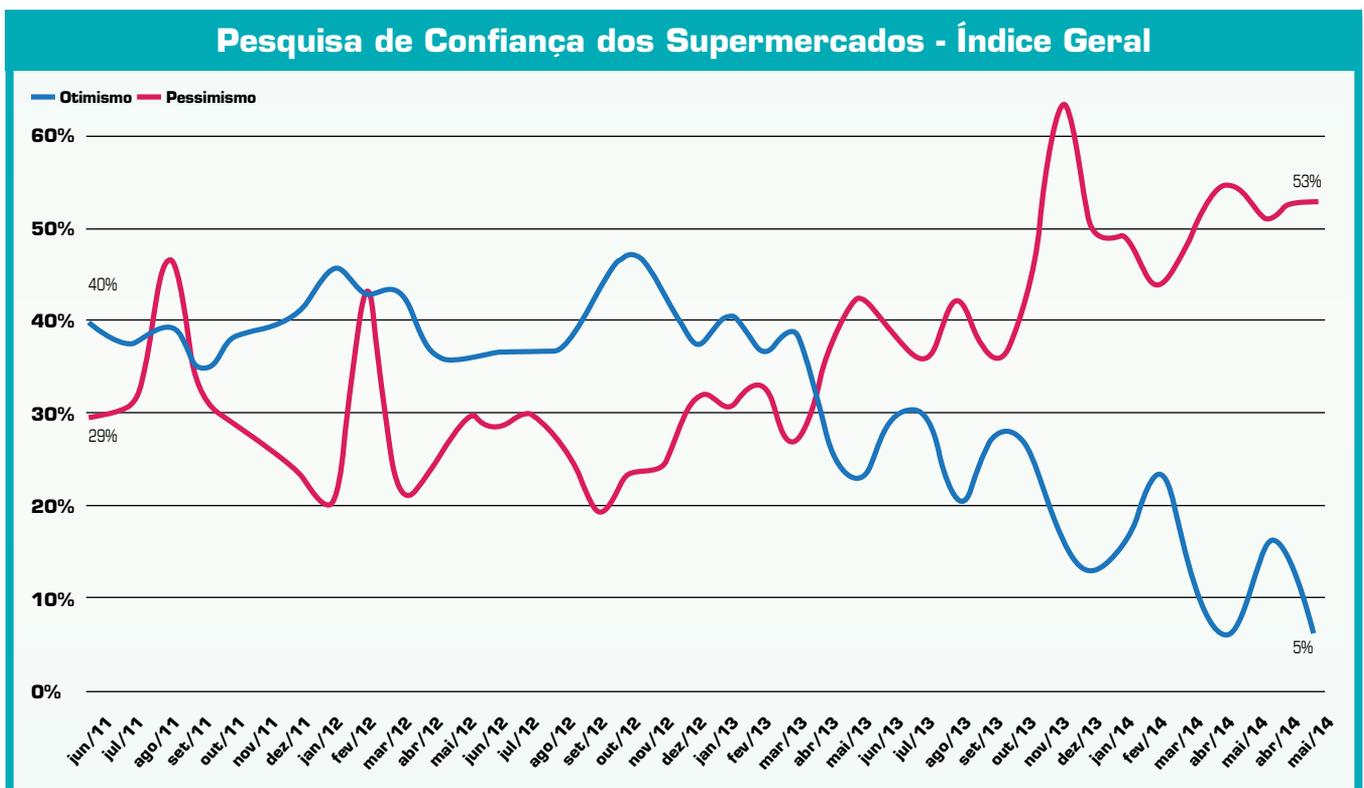
A Pesquisa de Confiança dos Supermercados do Estado de São Paulo (PCS/APAS) registrou, em julho, 5% de otimismo em relação ao ambiente econômico atual e futuro. Do total de entrevistados, 52,8% se mostraram pessimistas e 42,1% se mantiveram neutros. Com relação ao momento atual, o otimismo atingiu 1,9%, sendo o menor percentual de toda a série histórica, iniciada em junho de 2011. Já o pessimismo foi verificado em 59,1% dos respondentes e 39% se mostraram neutros. No que diz respeito à expectativa em relação ao futuro, 8,1% apontaram otimismo, enquanto 46,6% se mostraram pessimistas e 45,3% se mantiveram neutros.

Os destaques para esse comportamento de falta de confiança foram as avaliações em relação ao otimismo quanto aos níveis de atividade econômica (PIB), taxa de inflação e a satisfação com o governo federal, em que o pessimismo foi verificado, respectivamente, em 77%, 77% e 92% dos entrevistados. Ou seja, 77% dos empresários do setor supermercadista estão pessimistas quanto à inflação atual. Já em relação ao futuro, o que mais preocupa o setor supermercadista é o desempenho da economia brasileira (62% estão pessimistas com relação à

Pesquisa de Confiança dos Supermercados do Estado de São Paulo ao desempenho do PIB), seguido pela taxa de inflação (do mesmo modo, 62% estão pessimistas com relação à inflação).

A pesquisa aponta uma deterioração no comportamento do indicar de confiança do setor supermercadista ao longo de 2013 e início de 2014, e o dado verificado em julho refletiu essa realidade. Esse resultado também está diretamente relacionado à persistência da inflação em um patamar mais elevado, o que acarreta em uma perda do poder de compra do consumidor, impactando o consumo no médio prazo, e, conseqüentemente, impactando no desempenho das vendas do setor supermercadista. Mas vale ressaltar que mesmo diante do cenário econômico atual e das perspectivas ao longo de 2014, o setor supermercadista deverá apresentar crescimento acima de outras atividades econômicas.

E, por mais um ano, a atuação deve ser superior ao desempenho do PIB brasileiro, o que demonstra a representatividade dos supermercados na geração de emprego e renda, variáveis que são de suma importância para a manutenção do consumo das famílias.



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

Diretor coruja

O diretor regional de Marília, Carlos Binato, é avô de primeira viagem e um coruja assumido. O primeiro neto dele, João Ricardo, nasceu no dia 11 de junho, com 4,270 quilos e 50 centímetros. A filha do diretor, Bruna Binatto Aizzo, é a mãe do pequeno geminiano. A rotina da família mudou depois da chegada de João Ricardo. Todos os dias Binato vai visitar o neto, que mora perto dele. “Ele é muito tranquilo, dorme bem. João Ricardo trouxe muita alegria”, afirma a avó Maria Luisa.



Voz única do Varejo

Equipe do Supermercado Estrela formada pelos gerentes Dario Maciel e Edivaldo Peruzo e pelo diretor Marcelo Nicolucci compareceu ao painel sobre a Unificação do Varejo Brasileiro acompanhados pelo superintendente da APAS, Carlos Correa. O presidente da Associação, João Galassi, foi um dos palestrantes que defenderam o fortalecimento da representatividade do varejo no cenário econômico atual.

Relacionamento direto com os associados

Com o objetivo de estar mais próximo dos associados, bem como conhecer de perto o trabalho realizado e a estrutura física dos supermercados, os gerentes de Economia e Pesquisa e Relacionamento da APAS, respectivamente, Rodrigo Mariano e Priscila Macca, visitaram lojas nas cidades de Presidente Prudente, Dracena e Presidente Venceslau. Foi visitada também a recém-inaugurada loja dos Supermercados Estrela, em Presidente Prudente. Em Presidente Venceslau foram duas lojas do Pires Supermercado. O destino final foi Dracena, a fim de visitar a Rede SuperMais.





13^o CONGRESSO INTERNACIONAL
DE SHOPPING CENTERS
E CONFERÊNCIA DAS AMÉRICAS
& EXPOSHOPPING

15 a 17 SETEMBRO de 2014
Dia 15, das 18:30h às 22h
Dias 16 e 17 das 10h às 20h
Transamérica Expo Center - São Paulo - Brasil
Av. Dr. Mário Villas Boas Rodrigues, 387 - Santo Amaro

VISITE A MAIOR E MELHOR FEIRA DA INDÚSTRIA DE SHOPPING CENTERS DA AMÉRICA LATINA!



AS MELHORES OPORTUNIDADES EM SHOPPING CENTERS VOCÊ ENCONTRA AQUI!

- ✓ CONFIRA OS PRINCIPAIS LANÇAMENTOS E NOVIDADES DO SETOR.
- ✓ FIQUE FRENTE A FRENTE COM OS PRINCIPAIS EMPRESÁRIOS E EXECUTIVOS.
- ✓ APROVEITE A OPORTUNIDADE PARA AUMENTAR SUA REDE DE RELACIONAMENTO NUM ÚNICO LOCAL.



MAIS DE 80
EXPOSITORES



15 MIL VISITANTES
QUALIFICADOS



1200 CONGRESSISTAS



FEIRA DE
NEGÓCIOS B2B



REÚNE TODOS OS
PLAYERS DA INDÚSTRIA

VISITAÇÃO GRATUITA

Acesse o site www.portaldoshopping.com.br e faça seu credenciamento. Informações: (11) 3506-8300

Realização:



Patrocínio:



Apoio:



Revista Oficial:



CIA Aérea Oficial:



Agência Oficial:



Ações de Merchandising:



Apoio Institucional:





Dentro de cada embalagem Docile há mais de um milhão de desejos.



1,8 milhão de quilos de candies.
Essa é a produção mensal da Docile, a maior fabricante de pastilhas da América Latina e a segunda no ranking nacional de balas de goma. Mais do que um número essa é a prova de que a Docile realiza milhões de desejos. Desejo de qualidade, de variedade e de novidades que não param de chegar.



* Embalagens de 500g com cor única para o setor de festa