

# REVISTA ACONTECE APAS

O CANAL DO SUPERMERCADISTA DE SÃO PAULO | ANO V • EDIÇÃO Nº 41 • JAN/FEV 2015

## » CAIXAS ELETRÔNICOS

*Supermercados buscam maior segurança para clientes e funcionários*

» O presidente da APAS, Pedro Celso, fala sobre as expectativas para 2015

» Reuniões Abertas: proximidade com o associado

» Feira APAS 2015: novos expositores e congressistas



**Capa**..... **pág. 12**  
*Desafio é oferecer comodidade com segurança*

**Perfil**..... **pág. 20**  
*Novos diretores colocam à disposição da APAS a experiência para melhorar o dia a dia dos associados*

**Indicadores**..... **pág. 22**  
*Inflação alta de 2014 deve permanecer em 2015*

**Mensagem do Presidente**..... **pág. 3**  
*União e unidade em 2015*

**Por Dentro da Lei**..... **pág. 4**  
*ICMS: boa notícia para os supermercadistas*

**Diretorias**  
*Setor*..... **pág. 5**  
*Responsabilidade Social*..... **pág. 6**  
*T&D*..... **pág. 8**

**Feira APAS**..... **pág. 10**  
*A Produtividade dá o tom do evento*

**Entrevista**..... **pág. 16**  
*Pedro Celso fala sobre os planos da APAS para 2015*

**Social**..... **pág. 19**  
*Novos associados fortalecem a Associação*



**Escola Digital de Supermercados APAS**

Aproveite as datas comemorativas para alavancar as suas vendas!



Ano Novo

Janeiro

Conheça o novo curso:

EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO E IMAGEM PROFISSIONAL

Utilize a **E-super** como aliada para atingir excelentes resultados! Só no ano passado, foram emitidos 6.382 certificados. Para saber mais, entre em contato com a Escola APAS!

CURSOS MAIS ACESSADOS

Ética nos Negócios, Administração do Tempo, Administração Financeira em Supermercados, Administração do Estresse e As Melhores Práticas de Gerência.

Patrocínio



Apoio



Administração





**Presidente:** Pedro Celso

**Diretoria:** Antônio Gandra, Antônio José Monte, Antônio Nagai, Aparecido Omote, Armando Almeida, Aurélio José Mialich, Carlos Binato, Carlos Ely, Domingos Felipe Bergamini, Eduardo Kawakami, Erlon Godoy Ortega, Esther Gonçalves, Jad Zogheib, José Carlos Novellini, José Flavio Fernandes, José Eduardo Vaz de Carvalho, Marcelo Nicolucci, Maurício Cavicchioli, Omar Abdul Assaf, Orlando Morando, Palimércio de Luccas, Paulo Pompilio, Pedro Lopes Brandão, Renato Gaspar Martins, Roberti Catricala, Roberto Longo Moreno, Rogério Montolar, Ronaldo dos Santos e Sebastião Chalin Savegnago

**Diretorias Regionais/Distritais**

**ABC:** Ana Paula Hissatugu

**Araçatuba:** Paulo Massaharu Takata

**Baixada Santista:** João Alberto Costa

**Bauru:** Emerson Luiz Svizzero

**Campinas:** Reinaldo Brait

**Guarulhos:** Nelson Barbosa

**Leste:** Leandro dos Santos Galeote

**Marília:** Antônio Carlos Colatto

**Osasco:** Alexandre Uzuelli

**Presidente Prudente:** Aparecido da Silva Pires

**Ribeirão Preto:** Nilton Cesar Gricki

**São José do Rio Preto:** Antônio Marcos Rogetta

**Sorocaba:** Marcos Leandro Tozi

**Sul:** Sérgio Samano

**Vale do Paraíba:** Marcelo Torres Nunes



Veículo institucional da Associação Paulista de Supermercados

**Superintendente:** Carlos Corrêa

**Gerência de Comunicação e Marketing:**

Fabiano Benedetti

**Coordenação editorial:** Luyse Halada

**Colaborador:** João Amorim

**Edição e reportagem:** Neide Martingo

**Foto de capa:** Thinkstock

**Produção:** Promovisão - [www.promovisao.com.br](http://www.promovisao.com.br)

**Diagramação:** Paula Valente e Paulo Garcia

**Revisão:** Jaqueline Couto

**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](mailto:comercial@apas.com.br)

**Sugestões e críticas:** [imprensa@apas.com.br](mailto:imprensa@apas.com.br) ou (11) 3647-5000

**Acesse:** [www.portalapas.org.br](http://www.portalapas.org.br)

**Siga-nos:** [www.twitter.com/infoapas](https://twitter.com/infoapas)

[www.facebook.com/portal.apas](https://www.facebook.com/portal.apas)

## União e unidade em 2015!



Prezado leitor,

Mais um ciclo começa. São diversos os desafios diários que precisamos enfrentar: novo cenário político, uma economia buscando a estabilidade, novas leis que surgem burocratizando ainda mais os governos. Por outro lado, expectativas positivas e uma onda de esperança tomam conta de todos. O ano de 2015 traz a renovação das energias.

A APAS inicia o ano com uma série de ações formatadas para estar sempre próxima do associado. Queremos construir uma associação cada vez mais forte e sólida, que contribua com o crescimento do setor, e isso envolve colocar em pauta assuntos relevantes para nós, supermercadistas.

Nossa matéria de capa é exemplo disso. Vamos abordar um tema delicado e que precisa ser discutido: as frequentes explosões de caixas eletrônicos que vêm ocorrendo em supermercados de todo o estado, trazendo grandes prejuízos e pânico a todos. E a APAS está acompanhando o assunto para abastecer os associados de informação e ações de prevenção.

Mas a revista também traz temas que nos enchem de orgulho, como a evolução da Escola APAS, que em 2014 treinou mais de 18 mil profissionais, e o sucesso de nossos projetos sociais – Mãos Feitas e Forno & Fogão APAS.

Falamos também sobre as atualizações da 31ª edição da Feira APAS e do Congresso de Gestão, que este ano traz o tema Produtividade – A Serviço do Consumidor, e que já têm 90% de seus espaços vendidos, o que significa mais de 400 expositores confirmados. Certamente será um evento de sucesso. Contamos com vocês, associados, para fomentar ainda mais os negócios gerados na Feira.

Enfim, atuaremos com união e unidade em prol do setor supermercadista, e para isso, novamente, peço a participação de todos de forma ativa, para que a APAS possa cumprir seu papel de lutar pelos supermercadistas do estado e contribuir para o desenvolvimento do país.

O ano de 2015 será de muito trabalho, mas de muitas conquistas, tenho certeza!

Uma boa leitura a todos!



Pedro Celso



## Uma boa notícia para os supermercadistas

*Decisão do STF reconhece inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo da Cofins*

Uma das maiores preocupações de qualquer empresário no país – seja qual for sua atividade – é a carga tributária. Esse é um tema que não pode ser modificado, cabe à sociedade acatar as decisões, mas de vez em quando aparecem boas notícias nessa seara.

Foi concluído no Supremo Tribunal Federal (STF), no final do ano passado, o julgamento do Recurso Extraordinário (RE) 240785, que discutiu a constitucionalidade da inclusão do valor do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) na base de cálculo da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins).

A Cofins é calculada com base no faturamento bruto mensal. O fisco considera como faturamento bruto o valor total da operação compreendido na nota fiscal de venda da mercadoria ou do serviço. Mas nos valores incluídos na nota fiscal estão inseridos alguns tributos, entre eles o ICMS. E, com base no argumento de que o ICMS não constitui faturamento da empresa, mas sim um custo que deve ser repassado à Fazenda Estadual, alguns contribuintes ingressaram com ações judiciais a fim de suspender essa inclusão e reaver todo o valor já pago indevidamente.

Ou seja, em decisão favorável ao contribuinte, o STF decidiu pela inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base

de cálculo da Cofins. A maioria dos ministros concordou com o tema e beneficiou uma empresa do setor de autopeças de Minas Gerais, que teve reduzido o valor cobrado a título de Cofins. Nesse caso, a decisão vale apenas para as partes envolvidas no processo.

É importante dizer que a empresa que quiser ter esse direito reconhecido deve ingressar com ação própria e pleitear o ressarcimento dos valores pagos indevidamente e o direito de excluir o ICMS da base de cálculo da Cofins dos recolhimentos futuros.

“A decisão do STF representa um alívio para o setor supermercadista, que vai pagar menos impostos. A novidade ameniza a carga tributária”, afirma o vice-presidente de assuntos jurídicos e financeiros da APAS, Roberto Longo. Ele ressalta, porém, que, apesar de a APAS ser favorável à redução de impostos, a entidade reconhece a importância da cobrança dos tributos, que se revertem em benefícios para a sociedade. “A APAS está acompanhando o assunto com atenção.”

O departamento Jurídico da APAS está à disposição dos associados para mais informações e eventuais dúvidas. Contatos: telefones (11) 3647-5049 e (11) 3647-5020 ou pelo e-mail [juridico@apas.com.br](mailto:juridico@apas.com.br).

## Reuniões Abertas APAS

*Encontro de supermercadistas promove troca de informações e busca formas de agregar valor ao negócio*

Compartilhar dúvidas e desafios comuns, debater soluções e levar ideias e ações que agreguem valor e promovam o crescimento do negócio. Esses são os principais objetivos das Reuniões Abertas realizadas pela APAS em todas as Regionais. Conduzido pelo diretor Regional, o encontro reúne os associados em uma excelente oportunidade para discutir temas semelhantes que envolvem o seu dia a dia e o do setor, e, em conjunto, buscar formas de melhorar o atendimento ao consumidor e os resultados das lojas.

Essa interatividade da APAS com os associados por meio das regionais vem crescendo e é extremamente importante para ajudá-los de forma cada vez mais assertiva e eficiente. Em 2015 continuarão sendo realizadas com frequência.

### Palavra do supermercadista

Quem participa das reuniões abertas da associação comprovou os resultados positivos no dia a dia. O diretor da Regional Bauru, Emerson Svizzero, que também está à frente do supermercado Santo Antônio, cita uma das ideias que ouviu no encontro, sobre reaproveitamento da água de chuva na loja, que utilizará no seu negócio. “Vamos implantar uma cisterna aqui no supermercado. É muito importante que cada um de nós faça a sua parte para melhorar o meio ambiente”, afirma. Outra sugestão que surgiu durante a reunião foi sobre o layout da loja. “Nosso estilo é tradicional. Ouvimos elogios, mas sempre é possível melhorar.”

Já o diretor das regionais, Renato Martins, destaca a importância da troca de informações nesses encontros. “Todos conversam e conseguem encontrar soluções para os problemas. Isso é admirável”, diz. Outro diretor que está muito satisfeito com as reuniões é Marcos Rogetta, da Regional São José do Rio Preto. “Conseguimos avanços na área jurídica e tributária, tiramos dúvidas e conversamos. As reuniões aprofundam os assuntos e deixam os associados amparados e tranquilos. Todos aprendem com as experiências dos colegas”, ressalta.

Na Distrital Leste, o encontro realizado em setembro do ano passado abordou o tema “Ebitda” (indicador financeiro) e rende frutos até hoje. “Muitos dos associados – que compareceram ao encontro de forma massiva – não sabiam o que significava essa sigla. Na ocasião, o gerente do Departamento de Economia da APAS, Rodrigo Mariano, deu uma aula sobre o assunto”, afirma Leandro Galeote, diretor da Distrital e proprietário do supermercado Cisper.

“A Reunião Aberta é um dos momentos em que a entidade fica mais perto do associado. Outro bom exemplo que ajudou o Cisper foi o debate sobre a sucessão patrimonial. Este assunto sempre passou despercebido no supermercado e a reunião ressaltou como ele é importante. Esse tipo de planejamento tornou-se uma prioridade”, afirma Galeote.

Para consultar as datas das Reuniões em cada Regional, acesse [www.portalapas.org.br](http://www.portalapas.org.br).

### Pauta

O diretor Regional, com ajuda da executiva, levanta com os associados os principais problemas que vêm sendo enfrentados e os pontos que gostariam de discutir nas reuniões, como, por exemplo, questões de segurança alimentar, tributário, vigilância sanitária, Procon, dentre outros. Além disso, a APAS também relaciona os assuntos importantes do momento que devem ser compartilhados com os supermercadistas. Essa pauta é previamente analisada pela regional e pela equipe APAS, que preparam a reunião e levam os assuntos mais direcionados, otimizando a busca de respostas e sugestões para as questões que serão abordadas.

Nesses encontros também são apresentadas mais detalhadamente as oportunidades que a APAS disponibiliza para aprimorar a operação do supermercado e melhorar o relacionamento dele com os públicos envolvidos, como fornecedores e consumidores, entre elas: treinamentos, suporte jurídico e convênios.

Este ano será testada uma nova forma de interatividade durante as reuniões: a transmissão simultânea por meio de telões. Com ela, a equipe de áreas técnicas da APAS poderá interagir nos encontros e estar à disposição dos associados, tirando dúvidas e conhecendo melhor suas necessidades.

## Diretoria de Responsabilidade Social acumula vitórias em 2014

*Resultados comprovam força da APAS em prol da criação de oportunidades para quem precisa*

A APAS sempre considerou uma bandeira utilizar sua força e estrutura para a melhoria das condições de vida da sociedade, proporcionando oportunidades a quem mais precisa. Portanto, responsabilidade social, na associação, é um mundo que se abre com várias possibilidades e iniciativas que se multiplicam.

Nesse contexto, as atividades desempenhadas em 2014 pela Diretoria de Responsabilidade Social merecem elogios e aplausos. Foram cursos, campanhas, doações, arrecadações e parcerias, sempre voltadas para ajudar o próximo. O número de alunos capacitados pelos projetos Mãos Feitas e Forno e Fogão APAS chama a atenção.

No caso do Mãos Feitas, cujo objetivo é profissionalizar e inserir no mercado de trabalho mulheres em situação de exclusão social para trabalhar como manicures, formou 613 alunas nas Regionais e Distritais APAS. Desde sua criação, 3.500 mulheres tiveram a chance de ter uma renda familiar extra ao realizar o curso. Já o Forno e Fogão APAS, que capacita homens e mulheres para trabalhar nas cozinhas dos supermercados, restaurantes e bufês, entregou diplomas a 211 alunos em todo o estado. Ao todo, 711 profissionais já foram beneficiados com o curso promovido pela associação, que também traz noções de comportamento, higiene pessoal e segurança alimentar.

Já o Vaga Certa, que visa inserir jovens (com idade entre 14 e 24 anos) nos supermercados do estado, deu oportunidades a 800 meninos e meninas no ano passado. A parceria com mais de 70 supermercados foi imprescindível para alcançar



Só no ano passado 613 mulheres se formaram no curso Mãos Feitas, realizado em todas as Regionais

tais números. Por falar em parceria, a realizada com o Instituto Coca-Cola, a partir do Projeto Coletivo, tem a mesma finalidade, ou seja, inserir jovens no mercado de trabalho.

“O instituto leva cursos e orientações a pessoas de baixa renda, e a APAS orienta os supermercadistas para a contratação dos alunos, já prontos para trabalhar no varejo”, explica a diretora de Responsabilidade Social da entidade, Esther Gonçalves.

A ação de arrecadação também mostrou resultados notáveis. Em parceria com a ONG Canto Cidadão, o projeto arrecada produtos excedentes em eventos da APAS e os direciona a ins-

tituições que necessitam de auxílio. Os números impressionam: só em 2014, 40 toneladas de produtos foram arrecadadas. Desde 2002, o montante doado, que engloba alimentos e itens de higiene e limpeza, chegou a 232 toneladas, destinado a 244 mil pessoas.

O Programa de Voluntariado da Diretoria de Responsabilidade Social da APAS ainda beneficiou instituições como o Asilo Raiar do Sol, o Abrigo Casa da Criança e a ONG Geamado. Um trabalho importante, que, com certeza, terá continuidade em 2015. A APAS, todo ano – e em 2014 não foi diferente –, apoia a campanha Outubro Rosa, que promove a conscientização para a prevenção



Estas são as alunas do curso Forno e Fogão de Piracicaba, encerrado em outubro de 2014. A profissionalização propiciou o aumento da renda familiar e da qualidade de vida

do câncer de mama. A imagem marcou: a sede da associação foi “vestida” de rosa. Os homens também ganharam atenção, uma vez que a entidade também se mobilizou contra a doença que mais mata pessoas do sexo masculino: o câncer de próstata. Os associados receberam informações sobre o assunto, repassaram a funcionários e clientes, e, dessa forma, se engajaram na campanha Novembro Azul.

## Sustentabilidade

A preocupação com o meio ambiente está enraizada nas ações da APAS. A entidade, atualmente, é um polo receptor e disseminador de conhecimento na área de responsabilidade ambiental. O compromisso é analisar projetos e boas práticas que possam ser aplicadas no setor supermercadista, com foco em eficiência energética, gestão de resíduos e rastreamento de produtos (a compra pelas redes varejistas de itens vindos de fornecedores que certifiquem o cumprimento das leis ambientais e trabalhistas).

Nesse contexto, destacamos o Espaço APAS Unilever Sustentabilidade, que, na Feira APAS 2014, teve a participação



O Espaço APAS Unilever Sustentabilidade da Feira APAS 2014 mostrou, na prática, como os supermercadistas podem fazer a reciclagem de lixo nas lojas

média diária de 250 empresas. Os visitantes ouviram sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), consumo eficiente de água e energia, eliminação de gases destruidores da camada de ozônio usados na refrigeração, entre outros pontos. Temas que estão detalhados nos dois Guias Práticos para Supermercados Mais Sustentáveis da APAS, lançados no maior evento mundial do setor.

Com os guias em mãos, o associado promove reformas e construções, além de realizar a manutenção do supermercado dentro dos conceitos de sustentabilidade. “O material traz dicas de ações ecológicas e economicamente viáveis para o setor supermercadista”, afirmou o diretor de responsabilidade ambiental da APAS, Maurício Cavichioli. Também na Feira APAS, dentro do Congresso, foi realizado o painel “Sustentabilidade”, com a apresentação de casos práticos de algumas redes de supermercados.

O Prêmio APAS Sustentabilidade foi um incentivo a mais para os expositores da Feira, a partir do reconhecimento que já é de praxe há várias edições do evento. Os critérios para a escolha dos vencedores passam pela política ambiental da empresa, pelo comportamento do expositor em relação ao programa de coleta de resíduos, pelo uso de materiais ecológicos e pelo comportamento da equipe de operação na Feira.

“Temos um ano inteiro pela frente para intensificar ações e multiplicar informações no que se refere aos benefícios para o meio ambiente. A APAS pode fazer muito nessa área”, concluiu Cavichioli.



A APAS se vestiu de rosa em outubro e apoiou a campanha que alerta as mulheres para a prevenção do câncer de mama



## Diretoria de Treinamento e Desenvolvimento comemora aumento da participação nos cursos

*Mais de 17 mil certificados foram emitidos em 2014. O objetivo é tornar o negócio mais competitivo e, inclusive, reduzir o turnover*

Os alunos da Oficina Prática de panificação da APAS aprendem a criar receitas, a fazer salgados folhados e pães recheados - entre outras delícias

O sucesso das ações desenvolvidas pela Diretoria de Treinamento e Desenvolvimento da APAS pode ser exemplificado por impressionantes números, uma vez que, apenas em 2014, foram emitidos mais de 17 mil certificados para profissionais que realizaram cursos nas modalidades presencial, on-line e In Company.

Os cursos on-line mais procurados foram: atendimento ao cliente e profissionalismo I, administração do estresse e prevenção de perdas I. Entre os presenciais, destaque para novas obrigações fiscais: e-Social/Sped Social, lidando com equipes em supermercados e açougue em supermercado – Curso básico.

As conquistas da área refletem a preocupação dos associados e a necessidade do setor, que enfrenta muitos problemas por conta da falta de mão de obra especializada para trabalhar nas lojas. Os temas dos cursos foram idealizados a partir do diálogo com os varejistas e o conteúdo criado para suprir as respectivas necessidades.

Nesse contexto, as empresas têm investido cada vez mais em treinamento e desenvolvimento. “O aumento na utilização das modalidades – desenvolvidas pela Escola APAS – on-line e In Company reflete a necessidade de os associados alinharem suas estratégias de mercado junto ao desenvolvimento de



Os gerentes e diretores que participaram da academia aproveitaram o treinamento para se reciclar e se manter atualizados. Os exemplos são práticos e a teoria pode ser rapidamente empregada na rotina das lojas

seus profissionais, tornando assim o negócio mais competitivo, podendo, inclusive, reduzir o turnover por meio dessas ações de incentivo educacional”, afirmou o diretor de T&D da APAS, Antônio José Monte.

Todo o trabalho desenvolvido ano passado reforçou o enfoque da Escola APAS, cujos cursos oferecidos são desenvolvidos exclusivamente para os associados. É preciso ressaltar todas



A Academia ABRAS, APAS e McKinsey já formou duas turmas. As aulas abordam os desafios do dia a dia do supermercadista. Os associados fizeram do local de trabalho uma extensão das aulas

módulos para facilitar a assimilação das informações e otimizar o tempo do colaborador.

## Projetos

Além das diversas modalidades de cursos, a Escola APAS colecionou outros sucessos em 2014. Destaque para a terceira edição da Pesquisa Salarial, levantamento realizado em parceria com o Departamento de Economia e o Comitê de Recursos Humanos, que aprofundou o conhecimento das necessidades dos associados. As oficinas práticas, os cursos descentralizados e a Academia ABRAS, APAS e McKinsey de Varejo, que levou mais conhecimento para gerentes e diretores, também chamaram a atenção do setor e terão continuidade em 2015.

as especificidades das aulas, nas quais são utilizadas técnicas e métodos que favorecem o aprendizado. Nos cursos presenciais, por exemplo, as apostilas são um grande diferencial para os profissionais do setor, com uma linguagem simplificada e imagens que reforçam o conteúdo apresentado. Um material de grande importância – não apenas durante o curso, mas também para o profissional consultar no dia a dia. Já nos cursos on-line, os conteúdos são disponibilizados em

Resumindo: a Diretoria de T&D cumpriu várias metas, porém uma das mais importantes teve resultado marcante: a Escola APAS nunca esteve tão próxima dos associados. As visitas dos gerentes da entidade às lojas foram intensificadas e, com o objetivo de apresentar os benefícios dos produtos e serviços oferecidos pela APAS, também propiciou o levantamento das demandas dos supermercadistas. Todas as atividades da área de T&D da APAS em 2014 apontam para um ano ainda mais promissor.

## Os preferidos em 2014

### Cursos on-line

- Atendimento ao cliente e profissionalismo I
- Administração do estresse
- Prevenção de perdas I

### Cursos presenciais

- Novas obrigações fiscais: e-Social/Sped Social
- Lidando com equipes em supermercados
- Açougue em supermercados – Curso básico

\*Para mais informações sobre cursos e inscrições, favor entrar em contato por meio do e-mail [escola@apas.com.br](mailto:escola@apas.com.br) ou via Central APAS de Relacionamento, pelo telefone (11) 3647-5000



Os cursos da APAS atendem também os profissionais de recursos humanos, que conseguem avaliar o candidato de forma ampla. A foto mostra o curso dinâmicas de grupo para seleção de pessoal e treinamento

## A Produtividade dá o tom na Feira APAS 2015



*Mais de 430 empresas da cadeia do abastecimento já confirmaram presença no principal evento supermercadista do mundo*

Já está quase tudo pronto para a Feira APAS 2015, o maior evento do setor supermercadista do mundo. Expositores, visitantes, palestrantes – enfim, todos os que vão participar da Feira preparam os últimos detalhes para que a edição deste ano seja a melhor de todas. A Feira APAS 2015 terá como tema a Produtividade – a Serviço do Consumidor, e acontecerá no Expo Center Norte, entre os dias 4 e 7 de maio.

Quase todo o espaço já foi reservado pelas empresas, que pretendem lançar produtos, fazer e reencontrar contatos e amigos e fechar negócios. Uma delas é a Mix Fiscal, especializada em consultoria tributária para supermercados e atacados, que ocupará dois espaços no evento, nos pavilhões Branco e Azul. É a quinta vez que a Mix Fiscal participa da Feira APAS. “É muito importante participar da Feira APAS porque temos a oportunidade de encontrar quem mais precisa de nossos serviços. Podemos ouvir e saber exatamente quais são as necessidades dos supermercadistas”, afirma o diretor da Mix Fiscal, Marco Tonegutti.

A empresa tem aproximadamente 1.500 clientes: quase 100% são supermercadistas. “O evento dá a oportunidade de mostrar que as soluções da Mix Fiscal permitem que o supermercadista compre e venda bem, com preço correto, já que tem a área contábil e fiscal em dia. Além disso, o visitante que levar um balancete ao nosso estande terá um diagnóstico contábil da sua empresa”, detalha Tonegutti.

Outra empresa que já garantiu espaço na Feira APAS 2015 é a Polenghi, que possui três unidades industriais e mais de mil funcionários no país. Trata-se da estreia da empresa na Feira APAS, que considera importante estar perto dos clientes e parceiros, estreitando relacionamento e apresentando a linha de produtos e os novos lançamentos.

A Polenghi levará ao evento toda a linha de queijos e produtos, sendo que há a expectativa para novos lançamentos. A empresa, que integra o Grupo Soporind Bongrain, presente em 116 países, também elogiou a escolha do tema Produtividade – A Serviço do Consumidor. “Trata-se de um dos principais eixos de atuação da companhia, principalmente em um cenário de pressão de custos e escassez de recursos.”

A VCT Brasil, filial da Vinícola Concha y Toro no Brasil, vai também participar pela primeira vez na Feira APAS. De acordo com o diretor comercial da empresa, Francisco Torres, a expectativa é grande. “Para nós é muito importante participar da Feira APAS. Estamos há cinco anos no Brasil, e para nós estar no evento é um grande passo. Durante o ano de 2014 consolidamos nosso modelo de atendimento e hoje temos uma sólida presença nacional. Vamos apresentar ao



mercado esse novo modelo e as campanhas e os lançamentos com os quais trabalharemos durante 2015”, detalha Torres.

A Carnes Wessel também estará expondo seus produtos na Feira APAS pela primeira vez. A empresa, que quer aumentar sua presença no varejo, decidiu que não pode deixar de marcar presença no evento. “A Feira APAS 2015 será um excelente lugar para mostrarmos nossos novos produtos para o varejo de uma maneira geral. O retorno será institucional e também faremos grandes negócios. A expectativa não poderia ser melhor”, afirma o diretor da empresa, Istvan Wessel.

Os fabricantes dos produtos mais cobijados nas gôndolas dos supermercados sabem que a Feira APAS é uma grande vitrine. Por isso não abrem mão de estar no evento. Para o gerente de marketing da Marfrig, Gustavo Ruiz Silva, a Feira APAS é uma forma de ter contato com o segmento de alimentos, food e varejo de uma forma mais direta. “No evento a área comercial tem a oportunidade de conhecer a pessoa com quem negocia por telefone, criando uma relação mais sólida e mais saudável. Na Feira, nossos clientes têm a oportunidade de ver nossos produtos aplicados na gôndola, conhecer os nossos executivos, como diretoria e CEOs – que dificilmente teriam como visitar tantos pontos espalhados no Brasil, além de experimentar nossas carnes e ver a qualidade e o portfólio da companhia”, ressalta Silva.

Já a Byg Transequip promete grandes novidades na Feira APAS 2015, com produtos que irão “surpreender as expectativas

Em março e abril acontecem os eventos de lançamento da Feira APAS 2015 nas Regionais e Distritais da Associação. Durante os encontros, que recebem supermercadistas, empresas patrocinadoras e participantes da Feira, autoridades e mídia local, é apresentado o tema do evento. No dia 4/3, Campinas recebe o primeiro Evento de Lançamento.

Data	Regional	Data	Regional
4/3	Campinas	25/3	Araçatuba
5/3	Osasco	26/3	Marília
6/3	Sorocaba	27/3	Bauru
11/3	Pres. Prudente	1/4	Distrital Leste
12/3	S. J. Rio Preto	2/4	Vale do Paraíba
13/3	Bx. Santista	8/4	Guarulhos
19/3	Distrital ABC	9/4	Distrital Sul
20/3	Ribeirão Preto		

de todos os visitantes”. “O evento reúne todas as empresas do nosso maior segmento de mercado – o supermercadista. A aproximação e conquista de parceiros e clientes são inevitáveis, assim como a atualização de novas tendências”, diz a diretora comercial da Byg Transequip, Carla Rossi.

Mais informações da Feira APAS 2015 podem ser obtidas por meio do telefone (11) 3647-5027 e pelo portal [www.feiraapas.com.br](http://www.feiraapas.com.br).

## O jurista Ives Gandra se apresenta no primeiro dia do Congresso da Feira APAS 2015 \*

O Congresso da Feira APAS sempre traz um valioso aprendizado para o varejo. E este ano não será diferente. Os temas das palestras já dão a certeza de que o evento vai fazer a diferença nos negócios, contribuindo para que o supermercadista faça mudanças importantes na rotina das lojas. Logo no primeiro dia o jurista Ives Gandra Martins vai se apresentar no Grande Auditório falando sobre “Ética e burocratização no Brasil”. O participante poderá refletir sobre como é possível estimular uma postura mais ética e moral no dia a dia e ouvirá como a burocratização e a legislação tributária afetam os negócios e a produtividade do setor supermercadista.

Entre os pontos que Ives Gandra Martins abordará estão: “A origem das palavras ética e moral e como elas podem se refletir na atualidade”, “Como a

corrupção afeta o crescimento do país” e “Quais os pontos positivos e negativos da legislação tributária no país”.

Outros temas das palestras no Congresso são: “Como melhorar a produtividade da sua equipe”, “Comunicação interna: use a seu favor para aumentar a produtividade”, “Como transformar seu cliente em consumidor fiel”, “Como fazer o marketing funcionar”, “Indicadores de produtividade: o que está por trás dos números”, “Parcerias: realidade ou ilusão” e “Sustentabilidade nas organizações brasileiras: onde estamos?”. Esses são apenas alguns dos assuntos que serão discutidos no Congresso da Feira APAS. Muitos outros estão sendo preparados com o objetivo de facilitar a vida dos supermercadistas. Afinal, o tema da Feira APAS 2015 é Produtividade. Muitas surpresas boas virão.

\* Evento fechado para convidados

# Caixas eletrônicas

*APAS, em parceria com Febraban, busca mecanismos de segurança aos supermercadistas que oferecem o serviço aos consumidores*

Cada vez mais os supermercados buscam fidelizar os consumidores por meio da prestação de serviços úteis no dia a dia. O caixa eletrônico, sem dúvida, é um desses serviços que traz comodidade e conveniência aos clientes. Com ele, é possível aproveitar o momento das compras para sacar dinheiro ou até pagar contas, tudo em um só local.

Os supermercadistas também encontram outras vantagens em oferecer esse serviço, como, por exemplo, aumentar o tráfego de pessoas nas lojas. Disponibilizar a presença de caixas eletrônicas é um diferencial para o consumidor, que opta por um supermercado onde, além de fazer suas compras, possa realizar suas operações bancárias.

Outro ponto positivo é que, muitas vezes, o dinheiro sacado no caixa é revertido imediatamente em compras no supermercado, o que contribui para o faturamento diário/mensal.

## O outro lado da moeda

Atualmente, frente à onda de violência enfrentada por todo o país, os caixas eletrônicos têm sido alvo de ataques e explosões por parte de criminosos. Esses acontecimentos, evidentemente, levam medo e preocupação não só aos consumidores, mas também aos supermercados, que, por diversas vezes, ficam sem saber como agir ao passar por esse tipo de situação.

Quem foi vítima da violência sabe o quanto isso pesa no dia a dia. Em agosto de 2014 o supermercado D'avó registrou uma ocorrência de explosão de caixas eletrônicos na loja de Taboão da Serra. O ataque durou aproximadamente 5 minutos. "A ação não deixou feridos, mas assustou bastante. Além disso, foi necessário fazer reparos no telhado, por conta da explosão, e o local teve que ficar interditado por algumas horas", afirma o diretor do D'avó, Marcos Mota.

Segundo ele, o serviço é excelente para atrair o cliente e satisfazê-lo. Mas é preciso oferecer os caixas eletrônicos com segurança. "Já vimos casos de bancos que nem tinham controle quando os caixas eletrônicos eram alvo dos ataques. Os supermercadistas é que os avisavam sobre a ocorrência. Não existia nem alarme. Isso não pode acontecer", afirma Mota.

O supermercado Shibata também foi vítima dos ataques. A ação na unidade de Caraguatuba aconteceu na madrugada de 8 de dezembro do ano passado. "Foi tudo rápido e bastante planejado. Os ladrões renderam os seguranças e explodiram dois dos quatro caixas eletrônicos da loja. O dinheiro foi levado.





A ação dos criminosos provocou prejuízos no local e promovemos os reparos. Mas o risco é muito grande. É preciso exigir mais dos responsáveis pelos equipamentos”, afirma o diretor, Fernando Shibata. Essa não foi a primeira ocorrência da rede. Há cerca de um ano a loja de Itaquaquecetuba também registrou um ataque semelhante.

Em dezembro do ano passado uma das lojas da rede Panelão, de Bauru, foi atacada. Eles conseguiram levar o dinheiro. Havia cerca de 30 funcionários no supermercado e felizmente ninguém ficou ferido. Mas a loja só foi aberta às 15 horas por conta dos prejuízos: vidros estilhaçados, teto e outras partes do imóvel foram danificadas.

De acordo com o diretor do Panelão, Claudio Moura, não é possível abrir mão dos caixas eletrônicos porque a população precisa muito dos equipamentos. “Os bancos ficam no centro, a 12 quilômetros do supermercado. Os caixas eletrônicos do Panelão facilitam muito a vida dos moradores que precisam sacar dinheiro, por exemplo. Não podemos tirar isso”, diz Moura. Ele garante, porém, que vai fazer mudanças. “Foi um transtorno. Os caixas eletrônicos serão colocados agora no estacionamento. Se acontecerem outras explosões, os funcionários estarão mais seguros e o imóvel, resguardado.”

## Bancos

A Federação Brasileira dos Bancos (Febraban) afirma que os bancos vêm acompanhando com extrema preocupação os ataques a caixas eletrônicos em todo o país. De acordo com o diretor de políticas de negócios e operações da Febraban, Leandro Vilain, a segurança privada está sendo feita. “Os caixas eletrônicos são um produto de conveniência para o cliente do supermercado. Os equipamentos



No Panelão, os caixas eletrônicos agora serão colocados no estacionamento da loja, a fim de proporcionar maior segurança aos funcionários



trazem fluxo para a loja. As explosões de caixas eletrônicos é um mal que aflige a todos, inclusive aos bancos.”

Segundo ele, o investimento em segurança feito pelas instituições financeiras chega a R\$ 9 bilhões. Esse número, em 2003, era de R\$ 3 bilhões – um aumento de 200% no período. Vilain ressalta que os prejuízos causados pelas explosões afetam a todos, igualmente. Existem hoje à disposição da população 170 mil equipamentos nos quais é possível acessar os serviços financeiros, realizar pagamentos e efetuar saques. Cerca de 40 mil estão fora dos bancos.

Além dos investimentos em segurança, os bancos vêm aperfeiçoando seus sistemas para tornar os caixas eletrônicos cada vez mais eficazes e seguros por meio da adoção de novas tecnologias como caixas biométricos, alarmes inteligentes, reforços nas partes internas dos caixas eletrônicos, instalação de câmeras de monitoramento CFTV de alta resolução, gerenciamento de imagens, novos equipamentos com teclado horizontal para proteger o sigilo das senhas e a adoção de melhorias na iluminação local. As novas tecnologias incluem uma “boca” mais estreita no caixa eletrônico (local pelo qual sai o dinheiro para o cliente), para dificultar a ação do ladrão, que coloca uma dinamite nessa parte do equipamento. “Os bancos estão avaliando várias formas para oferecer cada vez mais segurança.”

## Ações APAS

A APAS vem atuando em parceria com a Febraban para tratar desse assunto. Diversas reuniões vêm sendo realizadas a fim de buscar mecanismos de segurança que minimizem esses episódios de violência, para que os supermercados possam

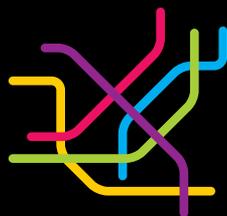
continuar oferecendo esse serviço aos consumidores. Algumas das formas que foram discutidas são: tornar menos regular e previsível o abastecimento dos caixas eletrônicos, evitando assim que os criminosos saibam previamente os dias em que isso acontece; utilizar sensores com alarme nos equipamentos, que identificam e anunciam qualquer movimento suspeito no caixa; e a utilização e o reforço do monitoramento de vídeo, que pode inibir esses acontecimentos.

As reuniões seguem ocorrendo com a Febraban, que já se colocou à disposição da APAS, com o objetivo de buscar soluções eficazes nesse tema.

## Atenção ao contrato

A Apas orienta que o supermercadista esteja atento na hora de assinar o contrato com a empresa responsável pelo equipamento, antes de sua instalação. É muito importante que o documento traga claramente as responsabilidades das partes com relação às avarias físicas que o supermercado pode sofrer em caso de assaltos aos caixas. Vale também o associado fazer uma avaliação dos contratos mais antigos e pedir ajustes, caso essas informações não estejam bem definidas.

Os supermercados não devem ser responsabilizados por qualquer problema ou dano que venha a acontecer. “Cada supermercadista deve avaliar se é interessante ou não manter os caixas eletrônicos nas lojas. Mas o contrato firmado com a empresa responsável pelo caixa eletrônico precisa assegurar cada detalhe, para que o supermercado não tenha que arcar com um problema que não é dele”, afirma o vice-presidente de assuntos jurídicos e financeiros da APAS, Roberto Longo.



# Produtividade

A serviço do consumidor

## FEIRA APAS 2015

O maior evento supermercadista do mundo espera por você para gerar novos negócios.

Destaque-se no mercado, fique por dentro das tendências e faça networking, motivos não faltam para participar.

A Feira APAS traz palestrantes nacionais e internacionais renomados para o Congresso de Gestão. **Produtividade – A Serviço do Consumidor** é o tema do encontro deste ano, que irá nortear as demais palestras do evento.

**Seja produtivo e não fique de fora!**



Evite filas e antecipe-se! As inscrições já estão abertas. Acesse [feiraapas.com.br](http://feiraapas.com.br) e faça parte desta edição.

**4 a 7 de maio**

Expo Center Norte • São Paulo • Brasil

**[feiraapas.com.br](http://feiraapas.com.br)**



Organização e Realização:



Divulgação:



Produção e Organização:



## A união do setor é a chave do sucesso

*O presidente da APAS, Pedro Celso, em entrevista exclusiva à revista Acontece, falou sobre os desafios deste ano. Entre as prioridades estão o contato próximo com os associados e o fortalecimento da representatividade da APAS na sociedade*

Lutar pelo associado e pelo setor supermercadista. Com esse objetivo, Pedro Celso, presidente da APAS, pretende conduzir as ações definidas no Planejamento Estratégico para o próximo biênio. Estar próximo aos associados para entender suas necessidades é uma das metas estabelecidas mais relevantes para tornar a APAS cada vez mais sólida no cenário estadual.

Pedro Celso afirma que a APAS vai dar todo o suporte para que o associado mantenha sua produtividade, garantindo assim a perenidade de seu negócio. Produtividade, aliás, é o tema da Feira APAS 2015, que é uma das formas de compartilhar conhecimento com os supermercadistas.

“Este será um ano de desafios, também no que se refere ao novo cenário político e econômico brasileiro. Entre os assuntos que preocupam o varejo estão o controle da inflação e das taxas de juros, que impactam diretamente nos negócios dos associados”, diz o presidente.

Confira na íntegra esta entrevista exclusiva.

**Revista Acontece: Você tomou posse recentemente. O que você planeja para 2015? Quais serão as prioridades?**

*Pedro Celso:* A APAS passou por momentos de mudanças no último ano, com a minha posse como presidente e a dos vice-presidentes e diretores regionais. Concluímos no final de 2014 nosso Planejamento Estratégico, redefinimos nossa missão e nossos valores, definimos os indicadores estratégicos e as metas e relacionamos as iniciativas e os projetos que devem ser implantados neste próximo biênio. Com esse conjunto de ações traçamos um plano com foco em atingir nosso objetivo principal como associação: lutar pelo associado e pelo setor. Temos que continuar na busca por uma atuação mais ativa nas reivindicações políticas, para gerar união e unidade do setor no estado. Precisamos caminhar para a mesma direção.

**RA: A APAS está sempre modificando processos e a maneira**

**com a qual se coloca como parceira do associado. Como será possível otimizar essas ações?**

PC: Nosso papel é estar sempre próximo ao associado, entendendo sua realidade e contribuindo com seu crescimento. Com esse foco, uma equipe de representantes da APAS realiza visitas constantes em supermercados de todo o estado, para entender melhor suas expectativas e necessidades. Ações como essa nos ajudam a aprimorar constantemente nossos processos e os produtos e serviços que oferecemos aos associados.

**RA: De que forma você planeja trazer mais associados e se aproximar deles cada vez mais?**

PC: Com a execução de nosso Planejamento Estratégico, pudemos avaliar a ampliação ou modificação dos serviços que prestamos. Estabelecemos nove grandes metas totalmente relacionadas ao negócio da APAS, sendo que quatro delas são diretamente ligadas aos associados e envolvem o aumento, em porcentagem, da quantidade de associados que utilizam convênios, dos associados treinados e desenvolvidos pela APAS, dos associados que utilizam a consultoria e assessoria de gestão e também do contato com os associados. Todas essas metas com orçamento, responsável e datas para serem cumpridas. O objetivo é entender como podemos ajudar e apoiar de forma crescente os associados, e, dessa forma, fortalecermos a APAS, atraindo novos supermercadistas. Quanto mais representatividade a APAS tiver no cenário estadual, mais credibilidade terá para que novos associados se juntem a nós.

**RA: Entre as vitórias da APAS está o aumento da representatividade da associação na sociedade. A voz da APAS cresceu. Como fazer para que isso continue?**

PC: O trabalho realizado na APAS até agora foi brilhante, e é um dos meus desafios manter esse ritmo e essa qualidade. União e unidade devem ser fatores-chave para que possamos

ter uma associação sólida. Inclusive, uma das metas de nosso planejamento tem foco nessa representatividade, e nesse sentido teremos palestras de conscientização política em nossas regionais e distritais. Todos devem caminhar para o mesmo lado, e, por meio do envolvimento dos associados com a APAS, podemos buscar o crescimento que nosso setor precisa para continuar gerando empregos e contribuindo com a economia brasileira. É importante que cada supermercadista entenda seu papel enquanto agente modificador do país e enquanto cidadão que também precisa ajudar na construção de uma nação cada vez melhor. Somente exercendo a cidadania podemos conquistar melhorias que vão refletir em toda a sociedade.

**RA: Este ano a presidenta Dilma começa um novo mandato. O que o varejo pode esperar desse novo cenário político e econômico?**

PC: Sem dúvida, o foco deve ser nas questões econômicas, principalmente no controle da inflação, com preços administrados



**Nosso papel é estar sempre próximo do associado, entendendo sua realidade e contribuindo com seu crescimento**



**Precisamos cada vez mais da participação de cada um. Isso é fundamental para a melhoria constante de nossos processos, produtos e serviços**

defasados e taxas de juros que seguem bastante elevadas. Isso afeta diretamente nosso setor, resultando em um significativo aumento de preços da indústria e de nossos fornecedores. A APAS vai colaborar para que esses desafios sejam superados por meio da melhoria contínua da nossa produtividade em benefício do país. Afinal, nosso setor é responsável por 85% do abastecimento das famílias brasileiras, e isso traz uma grande responsabilidade para todos nós, supermercadistas.

**RA: O que você espera dos diretores regionais?**

PC: No início de meu mandato, realizei uma reunião, com toda a Diretoria Executiva, para ouvir de cada um seus planos e suas prioridades. Com isso, garantimos a continuidade do excelente trabalho que vem sendo realizado e podemos dar espaço para novas ideias que agreguem para a APAS. Quero que cada diretor regional tenha mais autonomia e incentive a participação ativa de seus associados nos assuntos levantados pela APAS, que participem e opinem. Não podemos perder de vista a importância da união e do envolvimento de todos em prol do desenvolvimento do setor.

**RA: O que a APAS pode intensificar para dar apoio aos pequenos e médios supermercadistas?**

PC: O tema de nossa Feira APAS de 2015 será Produtividade, que é um fator fundamental para a perenidade de qualquer negócio. Por meio de nossos produtos e serviços, queremos ajudar esses supermercadistas a aumentar sua produtividade, fazer mais com menos, melhorar processos, para que possam buscar o crescimento de seu negócio. Todo grande de hoje já foi pequeno um dia. Também precisamos disseminar o conhecimento para esses supermercados e demonstrar que investimentos em treinamento valem a pena, mesmo sabendo que são de longo prazo.

**RA: Você pode deixar uma mensagem para os associados?**

PC: Precisamos cada vez mais da participação de cada um. Isso é fundamental para a melhoria constante de nossos processos, produtos e serviços, e, conseqüentemente, para o fortalecimento da APAS, resultando na representatividade que merecemos. Afinal, hoje empregamos mais de 500 mil pessoas no estado de São Paulo – é como se toda a população das cidades de Santos e de Assis trabalhassem para nosso setor. Estamos abertos a sugestões, críticas e opiniões que nos ajudem a construir uma associação cada vez mais forte. Isso traz benefícios para o setor supermercadista e para a economia do país. Somos um setor de extrema importância e precisamos lutar diariamente pelo seu crescimento e desenvolvimento.

## 178 supermercados associam-se à APAS em 2014

*Números comprovam que a Associação está no caminho certo*

Desde sua criação, a APAS tem atuado de forma cada vez mais ativa, no sentido de lutar pelo desenvolvimento do setor supermercadista.

Essa força crescente da Associação no cenário paulista só é possível graças à participação ativa de seus associados, e como frutos positivos traz a adesão de novos supermercadistas, engajados em agregar valor ao seu negócio e ao mercado.

Os números de 2014 mostram que a APAS está no caminho certo: 178 novos supermercadistas tornaram-se associados, totalizando 275 lojas em todo o estado de São Paulo.

Além de contribuir no fortalecimento da APAS enquanto Associação, os novos associados têm à disposição produtos e serviços desenvolvidos para contribuir com o crescimento de seu negócio, com a profissionalização de seus funcionários e com suas necessidades. Alguns exemplos são os cursos e treinamentos gratuitos da Escola APAS, a assessoria jurídica, o contato com outros associados por meio das Caravanas e das Reuniões Abertas, além de convênios com vantagens exclusivas.

O Supermercado Mambo se associou à APAS no ano passado. De acordo com o diretor, Lucas Francez Nassar, a APAS pode dar suporte ao associado em vários momentos. Ele cita a assessoria jurídica como bastante útil para o supermercadista, que precisa ficar por dentro das novidades e decisões da Justiça. Outro ponto positivo que a APAS coloca à disposição dos supermercadistas, destacado por Nassar, são os cursos da Escola APAS. “Os funcionários das nossas lojas já passaram por alguns deles. Os colaboradores continuarão participando dos cursos este ano”, detalha.

A Feira APAS, o maior evento supermercadista do mundo, que este ano acontece entre os dias 4 e 7 de maio, no Expo Center Norte, também recebeu elogios do diretor do Mambo: “O evento se profissionalizou. Vemos que os encontros entre os associados, clientes e fornecedores acontecem de forma mais fácil e prática no evento. A estrutura da APAS cresceu muito”, diz.

O gerente operacional das três lojas do Supermercado Monte Belo, Hevertson Santana, gosta de estar sempre bem informado sobre tudo o que acontece no setor supermercadista. Segundo ele, o segmento é bastante dinâmico e, para que o negócio acompanhe as mudanças de forma positiva, é preciso ficar de olho. Para isso, ele conta com a APAS. O Supermercado Monte Belo tornou-se associado no ano passado, e, desde então, não deixa de ler e se atualizar com as revistas



Para Hevertson Santana, do Supermercado Monte Belo, é um grande negócio ser associado da APAS

*SuperVarejo e Acontece APAS*, que estão sempre em cima da mesa do Hevertson. “Estou sempre atualizado. Os serviços e produtos da APAS me deixam seguro”, diz ele.

Santana afirma que já consultou os representantes da APAS várias vezes e sempre conseguiu resolver suas dúvidas. Um exemplo foi quando ele não sabia se poderia vender bebidas alcoólicas no dia da eleição. “Recebi inúmeros documentos do Departamento Jurídico da APAS e me senti amparado”, afirma.

Santana aprecia também os cursos oferecidos pela Escola APAS. “Os funcionários das lojas de Mogi Guaçu e Mogi Mirim já participaram das aulas com resultados muito bons. Em 2015 as matrículas continuam.”

Santana ficou admirado com a força do maior evento supermercadista do mundo. Em 2014 ele participou pela primeira vez do evento. “Os contatos feitos durante a Feira vingaram e dão frutos até hoje. É um grande negócio ser associado da APAS”, resume o supermercadista.

## Nova diretoria APAS toma posse nas Regionais

*Diretores trazem a experiência consolidada no setor e a vontade de contribuir com o crescimento da associação*

Unir a tradição e a experiência ao “sangue novo” de quem está chegando, cheio de ideias. O ano de 2015 começa, para a APAS, com a presença de diretores que têm muito a acrescentar para a melhoria do setor.

### São José do Rio Preto

O diretor da Regional São José do Rio Preto, Antônio Marcos Rogetta, dedica-se há 22 anos ao Supermercado Laranja. Hoje ele ocupa o cargo de diretor de compras da rede. Nascido e criado em Bebedouro, o diretor acompanhou a instalação da primeira unidade do supermercado no município e passou a atuar na área comercial. Como membro do Conselho Diretivo do grupo, foi figura importante no processo de expansão da rede, que hoje é considerada uma das maiores do interior paulista, com nove lojas.

### Ribeirão Preto

O diretor da Regional Ribeirão Preto, Nilton Cesar Gricki, também vai dividir seu tempo, a partir deste ano, entre as atividades na APAS e as de administrador geral dos Supermercados Gricki. Ele é graduado em administração de empresas pela Universidade Paulista, e, junto com a família, está no varejo paulista desde 1989. Naquele ano, os pais dele, João Waldomiro Gricki e Gilda Teresinha Gricki, junto com Nilton e seu irmão, saíram do estado do Paraná, onde exerciam a atividade agrícola, para inaugurar uma padaria na cidade de Ribeirão Preto. Em abril de 1992 a família deixou a padaria para montar uma mercearia na mesma cidade. Em alguns anos, após várias ampliações, o negócio deu lugar ao Supermercado Gricki.



### Marília

Não é de hoje que o diretor da Regional Marília, Antônio Carlos Colatto, contribui com a APAS. Ele já atuou como sub-diretor financeiro da Regional – atividade que iniciou em 2012. Quem trabalha com Colatto garante: ele se destaca por sua participação constante em todos os cursos de aprimoramento ligados ao varejo supermercadista promovidos na Regional. O diretor é técnico em mecânica de precisão e desenhista projetista formado pela Escola Senai Suíço-Brasileira de São Paulo e proprietário de um dos mais tradicionais negócios da cidade, o supermercado São Bento, inaugurado em 1996.

### Vale do Paraíba

Aos 47 anos, Marcelo Torres Nunes assume o cargo de diretor da Regional Vale do Paraíba. Ele é formado em administração de empresas e fundador, junto com os dois irmãos, da rede Simpatia de Supermercados, com lojas no Vale do Paraíba e na Serra da Mantiqueira. Nunes está na empresa desde 1989, na qual exerce cargos administrativos. Mas a experiência dele no varejo começou bem antes. Aos 13 anos, o diretor já trabalhava com o pai, Sebastião, que inaugurou, em 1962, um pequeno empório na cidade de São José dos Campos.

Nunes faz questão de dizer que está bastante animado com o novo presidente da APAS, Pedro Celso. “As novas diretorias da APAS estão dando dinâmica e eficiência à rotina dos associados”, afirmou.



**CONVÊNIO** 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 [convenios@apas.com.br](mailto:convenios@apas.com.br) ou acesse nosso portal [www.portalapas.org.br](http://www.portalapas.org.br)



ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS

## Inflação nos supermercados foi de 7,59% em 2014

Para 2015, a expectativa é de uma inflação ainda persistente, reflexo de reajustes de preços e de maior demanda

O Índice de Preços dos Supermercados (IPS), calculado pela APAS/FIPE, apresentou em dezembro alta de 0,24%. Assim, a inflação acumulada no ano de 2014 nos supermercados atingiu 7,59%. A título de comparação com 2013, a inflação acumulada naquele ano foi de 3,34%, portanto, a aceleração da inflação verificada desde meados de 2013 se manteve em 2014, o que refletiu em preços com patamar mais elevado e persistente. Os motivos foram desde pressão sobre os custos de produção até menor disponibilidade interna de alguns produtos, seja por redução de oferta ou elevação de demanda.

### Produtos com maior elevação

Os itens que apresentaram maior alta foram os produtos *in natura* (frutas, legumes e verduras e os tubérculos), com elevação no ano de 12,47%. Os fatores climáticos impactaram a disponibilidade desses produtos, e, aliado a isso, o período de entressafra agravou algumas culturas e gerou a falta do produto e a consequente pressão de alta nos preços.

As carnes bovinas e as carnes suínas também apresentaram elevação expressiva nos preços, com alta de 17,20% e 13,67%, respectivamente. Nesse item há dois fatores a serem considerados: i) no caso das carnes bovinas, a estiagem tem provocado a diminuição da qualidade do pasto, sendo necessária a utilização da ração animal para a alimentação dos bovinos, o que encarece o custo da produção e reflete em uma pressão sobre os preços; ii) no que diz respeito tanto às carnes bovinas quanto às carnes suínas, outro fator de destaque está relacionado com a elevação na quantidade de carnes exportadas, que afeta a disponibilidade do produto no mercado interno. Uma menor oferta do produto no Brasil reflete preços mais elevados para o consumidor.

De modo geral, todos os grupos apresentaram elevação expressiva nos preços. Os produtos semielaborados (carnes,

leite e cereais) tiveram alta de 7,68% em 2014, enquanto os produtos industrializados apresentaram elevação de 5,55%. As bebidas alcoólicas subiram 9,21%, e as bebidas não alcoólicas, 8,80%. Em produtos de limpeza a elevação foi de 10,31% e, em artigos de higiene e beleza, 7,90%.

### Índices

Na avaliação desde a criação do Plano Real, em 1994, o IPS/APAS apresenta variação acumulada de 166,82%.

O IPCA/IBGE (São Paulo) – Alimentos e Bebidas – apresenta alta de, aproximadamente, 342,13%, enquanto o IPCA/IBGE (Brasil) – Alimentos e Bebidas – tem alta de 356,13%.

O IPC-FIPE registra aumento de 278,07% e o IPA/FGV tem variação de 520,79%.

### Expectativas

A evolução dos preços ao longo dos anos aponta uma elevação mais moderada no setor supermercadista, diante de sua característica de concorrência, em que os ganhos de eficiência e produtividade aliados às constantes negociações junto à indústria possibilitam preços mais competitivos a serem ofertados aos consumidores.

Para 2015, a expectativa é de continuidade no processo inflacionário. A inflação ainda se mantém elevada e persistente, por um lado, devido a pressões advindas de reajustes nos preços de energia e combustíveis, por outro, devido a uma maior demanda mundial por alimentos em geral, como um maior consumo de carne bovina, por exemplo, diante de uma retomada da economia americana.

Para informações adicionais e eventuais dúvidas, entre em contato com o departamento de Economia e Pesquisa, por meio do e-mail [economia@apas.com.br](mailto:economia@apas.com.br) ou pelo telefone (11) 3647-5411.

### OS DEZ PRODUTOS QUE APRESENTARAM AS MAIORES VARIÇÕES POSITIVAS

Produto	Ponderação	Variação	Produto	Ponderação	Variação
Pepino	0,06	59,37%	Pimentão	0,09	31,95%
Abobrinha	0,06	57,18%	Vagem	0,06	29,37%
Limão	0,10	53,80%	Lagarto	0,24	28,82%
Cebola	0,48	46,56%	Repolho	0,08	28,37%
Cenoura	0,14	46,05%	Pertences de feijoada	0,23	28,27%

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

# PESQUISA SALARIAL 2015

## PARTICIPE E RECEBA INFORMAÇÕES PRECIOSAS SOBRE REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS PRATICADOS PELO SETOR.

Responda à **Pesquisa Salarial 2015** e saiba:

- Quais os parâmetros para o desenvolvimento de uma política de salários e benefícios competitiva no setor;
- Como ampliar os critérios para retenção e promoção de talentos;
- Como proporcionar equilíbrio interno no plano de remuneração e prevenir futuras reclamações trabalhistas.

Prepare-se para gerir de forma eficiente seu plano de cargos e salários e **melhorar o desenvolvimento profissional** dos seus colaboradores.

Para participar é preciso acessar o link da pesquisa e responder ao questionário enviado por e-mail marketing.

**ACESSE PORTALAPAS.ORG.BR E PARTICIPE.**



**IMPORTANTE:** As informações cedidas pelo associado são confidenciais. Somente os associados que preencherem todo o questionário receberão os resultados da pesquisa.

  
ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS

# MaxMallows Twist. O marshmallow Docile que deixa toda festa maxfofa e deliciosa.



**MaxMallows Docile** realiza os **desejos** de quem quer um **marshmallow** supermacio, delicioso e perfeito para deixar toda festa mais divertida. O tradicional formato *twist* possui embalagens com diferentes opções, sabores e tamanhos. São pacotes de 50g, 250g e 300g que também fazem a festa no ponto de venda.

