

REVISTA ACONTECE APAS

O CANAL DO SUPERMERCADISTA DE SÃO PAULO | ANO V • EDIÇÃO Nº 45 • JULHO/AGOSTO 2015

» CARTÕES ALIMENTAÇÃO: REDUÇÃO DE CUSTOS PARA OS ASSOCIADOS

APAS, ABRAS e Assert se reuniram com o objetivo de melhorar a operação dos supermercados. Outras demandas estão em pauta, como o fim da exclusividade para tráfego das operações e a padronização para o envio de extratos eletrônicos

» APAS questiona a alta do ICMS junto ao governo do estado

» Planejamento Estratégico: Associação redesenha Missão e Valores e cria Visão

» Fracionamento de alimentos: bom relacionamento reduzirá quebras e desperdícios



Mensagem do Presidente..... *pág. 3*
O Projeto de Lei da Terceirização é bom ou ruim para o nosso setor?

Segurança Alimentar..... *pág. 4*
Esforço da APAS pela redução de quebras e pelo desperdício de alimentos dá resultado

Reivindicação da APAS..... *pág. 6*
APAS protocola protesto junto ao governo do estado sobre a alta do ICMS

Diretoria de Mercados..... *pág. 8*
APAS e Nestlé se reúnem para melhorar da operação nas lojas

Planejamento Estratégico..... *pág. 12*
APAS redesenha Missão e Valores e cria Visão

Associados..... *pág. 14*
Investir para driblar a crise

Capa..... *pág. 10*
Cartões alimentação: proibição das taxas negativas e redução de custos para os associados

Agradecimento..... *pág. 16*
Armando Almeida: “17 anos dedicados à APAS”

Economia..... *pág. 18*
Perspectivas econômicas para 2016

Indicadores..... *pág. 22*
Inflação nos supermercados em 12 meses atinge 7,78%

VOCÊ JÁ PENSOU EM FAZER CURSOS NA SUA LOJA?

Todos os cursos do nosso catálogo podem ser ministrados para os seus colaboradores e na sua loja. Os Cursos in Company, promovidos pela Escola APAS, são treinamentos presenciais desenvolvidos exclusivamente para o setor supermercadista. Você escolhe a data e o local que melhor se encaixam com a disponibilidade da sua equipe. Ao final do treinamento, os alunos são certificados pela Escola APAS.

APROVEITE OS VALORES ESPECIAIS PARA ASSOCIADOS APAS. COM POUCO INVESTIMENTO, VOCÊ PODE OBTER GRANDES RESULTADOS!

Para mais informações, acesse portalapas.org.br ou ligue (11) 3647-5000



ESCOLA APAS
 ESCOLA PAULISTA DE SUPERMERCADOS

APAS
 ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS





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 Nicoluci, 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, Sebastião Chalin Savegnago e Stephane Engelhard

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

Edição: Priscila Mazo e João Paulo Amorim

Reportagem: João Paulo Amorim

Foto de capa: Romerio Cunha

Produção: Promovisão - 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

Sugestões e críticas: imprensa@apas.com.br

ou (11) 3647-5000

Acesse: www.portalapas.org.br

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

www.facebook.com/portal.apas

O Projeto de Lei da Terceirização é bom ou ruim para o nosso setor?



Um dos assuntos que mais têm sido comentados na atualidade é o Projeto de Lei 4330/2004, que, aprovado pela Câmara dos Deputados em abril deste ano, regulamenta a contratação de serviços terceirizados para qualquer atividade específica. A medida engloba empresas privadas e públicas, sociedades de economia mista, produtores rurais e profissionais liberais. Na prática, será bom ou ruim para o nosso setor?

Eu, particularmente, enxergo pontos positivos, como, por exemplo, a segurança jurídica aos contratos, fomentando assim o emprego. As companhias reclamam que, atualmente, falta clareza na definição dos conceitos de atividades-fim e meio,

sendo que as consequências se refletem nos cerca de 17 mil processos contra terceirizadas em andamento na Justiça do Trabalho. Acredito também que a terceirização está alinhada às melhores práticas modernas de produção no mundo, que se caracterizam pela especialização das atividades, mais flexibilidade de prazos e outros fatores que não são contemplados na legislação trabalhista brasileira vigente.

Nesse contexto, a terceirização reduziria as desigualdades das condições de trabalho das empresas do Brasil em relação aos países desenvolvidos, locais onde a prática se tornou habitual nos dias atuais. Vamos aguardar o desenrolar do Projeto de Lei, que ainda passará pelo Senado.

Por fim, aproveito para destacar o Planejamento Estratégico que está sendo traçado pela APAS para o período de 2015 a 2018, que conta com a participação da consultoria externa Falconi. Nesse trabalho, que contou com a efetiva participação das Diretorias Executiva e Regional, fizemos o redesenho da Missão e dos Valores, além da criação da Visão da entidade, que consiste em ser referência internacional em associação setorial. Das nove metas globais estabelecidas, quatro estão relacionadas aos associados.

Contamos cada vez mais com a participação dos associados e colaboradores para alcançar as metas e os objetivos.



Pedro Celso

Entendimento com fornecedores e órgãos responsáveis reduzirá a quebra e os desperdícios



Esforço da APAS pela redução de quebras e pelo desperdício de alimentos dá resultado

Comitê de Segurança Alimentar da entidade conquista bons resultados junto a fornecedores e órgãos responsáveis na questão do fracionamento de alimentos

Os varejistas que trabalham com o fracionamento de produtos industrializados, em especial frios e cárneos, têm a obrigação de informar a data de validade nos itens embalados no estabelecimento, que deve respeitar a recomendação do fabricante e da legislação vigente. Nesse contexto e após uma série de reuniões, o Comitê de Segurança Alimentar da APAS identificou alguns problemas nessa operação.

“Entre os pontos levantados, destaco a falta de consenso no entendimento quanto à informação fornecida

para validade dos alimentos pós-fracionados, levando a uma dúvida se a informação é válida apenas para o consumidor final ou também para os fracionadores; as datas muito restritivas para o produto pós-aberto, que causam o ‘estrangulamento’ da operação; além da própria legislação sanitária, que gera confusão e um possível desalinhamento da visão entre órgão fiscalizador e fiscalizados, limitando a operação ao determinar datas curtas para esses produtos - muitas vezes menores do que aquelas indicadas pelo

próprio fornecedor”, explicou Alexandre Panov Momesso, que atua no controle da qualidade e segurança dos alimentos do Sonda Supermercados.

O próximo passo envolveu representantes da Ubabef (Associação Brasileira da Proteína Animal), da Abipecs (Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína), do Sindicarnes (Sindicato da Indústria de Carnes) e da Abiq (Associação Brasileira da Indústria do Queijo), cujo objetivo foi discutir ações em conjunto para minimizar a situação.

“As entidades convidadas apontaram que a alteração das validades nos produtos teria um impedimento burocrático, pois deveriam ser aprovadas pelo órgão regulador. Desse modo, o assunto foi levado ao Mapa (Ministério da Agricultura e Abastecimento), que após análise da proposta e entendendo a gravidade do cenário, permitiu que as alterações de validade para esses casos pudessem ser feitas sem a necessidade de prévia avaliação por parte de órgão, por meio do documento circular 882/2013 Dipoa/SD”, conta Alexandre.

Juliana Onodera, gestora de qualidade do Enxuto Supermercados, explicou que a parceria com a Abiq foi fundamental na comunicação entre varejo e indústria. “No caso dos queijos, tais como provolone, gouda e parmesão, obtivemos o entendimento dos fornecedores e alterações significativas nos prazos de validade pós-fracionado, melhorando assim a operação, aumentando a produtividade e reduzindo as quebras.”

A gerente sênior de segurança dos alimentos do Walmart, Márcia Rossi de Sylvio, segue a mesma linha de raciocínio. “Com prazos mais realistas e ao mesmo tempo tecnicamente seguros, as peças grandes de provolone e parmesão, por exemplo, quando fracionadas, permitem a comercialização de todas as unidades, ou frações, reduzindo as quebras e reduzindo iniciativas de fraude, como revalidações, além de minimizar autuações e demais sanções legais por divergência entre a validade estabelecida pelo fornecedor e a praticada pelo varejista.”

Os bons resultados obtidos com os queijos resultam na extensão do trabalho aos fabricantes de produtos cárneos salgados e defumados, com a missão, claro, de conseguir o mesmo sucesso. É o que explica a profissional Alessandra Merighi, que atua na garantia da qualidade e segurança alimentar do GPA. “É importante que os associados fiquem atentos aos prazos de validade pós-aberto de cada fornecedor e realize as adequações no sistema de balança, para que não existam divergências entre as informações do fornecedor e o produto fracionado no Ponto de Venda.”



Successo com os queijos estenderá o trabalho aos produtos cárneos salgados e defumados

Sobre o Comitê

O Comitê de Segurança Alimentar da APAS foi criado no final de 2010 com o objetivo de entender as legislações sanitárias e promover as melhores práticas junto aos associados. É composto por técnicos do setor especializados no assunto, entre eles, nutricionistas e veterinários das redes varejistas.

Os associados podem enviar perguntas e sugestões ao comitê por meio do e-mail juridico@apas.com.br.



APAS protocola protesto junto ao governo do estado sobre a alta do ICMS

Entidade pede prorrogação de 180 dias para o atendimento às determinações sobre a nova base de cálculo na saída de bebidas alcoólicas

Em carta assinada pelo presidente Pedro Celso, a APAS protocolou protesto junto à Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo em virtude da alta do ICMS. Na visão da entidade, são necessários, ao menos, 180 dias para o atendimento às determinações sobre a nova base de cálculo na saída de bebidas alcoólicas. A Associação reitera que sempre estará atenta às questões que impactem na operação dos associados. Confira, abaixo, a carta na íntegra:

A José Clóvis Cabrera,

A APAS – ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS, entidade de classe sem fins lucrativos, fundada em 1972, que representa as empresas do setor supermercadista no estado de São Paulo, tendo em seu quadro de associativismo 1.267 estabelecimentos comerciais, totalizando em 2.768 lojas de supermercados, cuja missão é o aperfeiçoamento do desenvolvimento da atividade do comércio supermercadista por meio de ações de representatividade, colaborando em tudo quanto for necessário à obtenção de um resultado que seja satisfatório, durante todos esses anos de existência, sempre atuou como parceira da

Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo com a finalidade de contribuir com o aperfeiçoamento sistêmico de todos os processos tributários e fiscais, visando a segurança jurídica e a capacitação de seus representados para melhor servir à sociedade e ao governo, na defesa dos princípios da ética e da legalidade.

Inicialmente, a APAS reitera o seu apoio ao regime de substituição tributária, por acreditar ser essa a solução para melhorar o ambiente negocial e, assim, por fim à concorrência desleal no segmento varejista e, também, na diminuição da informalidade.

Entretanto, ante às Portarias CAT 145/2014 e CAT 43/2015, que estabelecem, respectivamente, nova base de cálculo na saída de bebida alcoólica, exceto cerveja e chope, vem, respeitosamente, requerer a prorrogação do prazo para que as determinações nelas contidas sejam cumpridas, levando-se em consideração a crise econômica que assola o país, com acenos de melhorias apenas nos próximos dois anos, sem que isso ocasiona transtornos ao varejo com aumento de preço dos produtos e a conseqüente redução do poder de compra do consumidor.

Corroborando essa assertiva, cumpre destacar que os preços das

bebidas alcoólicas apresentaram ligeira alta em maio, com variação de 0,03%, reflexo da elevação do preço do vinho (0,45%). Em 12 meses a subida nos preços foi de 11,04% e no acumulado de janeiro a maio a alta nos preços é de 1,58%. As bebidas não alcoólicas registraram elevação de 0,65%, diante da elevação, principalmente, nos preços de refrigerante (0,63%). Em 12 meses a alta nos preços foi de 8,61% e no acumulado de janeiro a maio o crescimento de 3,73%. A inflação atual ainda reflete a pressão sobre os custos de produção, como a elevação da energia elétrica, por exemplo, que ainda pressiona os custos, principalmente, dos produtos industrializados.

Na avaliação desde a criação do Plano Real, em 1994, o IPS/APAS apresentou variação acumulada de 178,07%, o IPCA/IBGE (São Paulo) – Alimentos e Bebidas apresentou alta de, aproximadamente, 368,85%, já o IPCA/IBGE (Brasil) – Alimentos e Bebidas teve alta de 386,14%, o IPC-FIPE tem aumento de 298,34% e o IPA/FGV tem variação de 539,29%.

A diferença é superior a 200 pontos percentuais, entre o IPS e o IPCA (São Paulo) de Alimentos e Bebidas, indicando a diferença a menor do IPS frente aos outros índices. Assim, 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 para serem ofertados aos consumidores. A partir disso, podemos verificar o papel do setor supermercadista na busca pela manutenção dos preços em patamares estáveis, contribuindo para segurar a inflação no Brasil. Porém, vale ressaltar que esse esforço na manutenção dos preços impacta negativamente as margens, que já são reduzidas, pois os custos e as despesas do setor supermercadistas vêm sendo constantemente impactados pela inflação elevada.

Assim, diante de todo o exposto, faz-se imperiosa a dilatação do prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados da data do recebimento deste, período em que será possível mensurar a movimentação econômica necessária à operacionalização do fluxo das empresas, posto que terão os supermercadistas de promover mudanças e alterações em seus procedimentos internos, e, se necessário, negociar os custos com as indústrias.

Na certeza de merecermos a habitual atenção de V.Sa., aproveitamos para renovar nossos protestos de elevada estima e consideração.

Cordialmente,

APAS – ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS

Pedro Celso Gonçalves

- Presidente -



Encontro estreitou a relação com este parceiro, que também expõe na Feira APAS



APAS e Nestlé se reúnem para a melhoria da operação nas lojas

Ação da Diretoria de Mercados visa criar uma agenda positiva de discussões com esse importante fornecedor, com foco no desenvolvimento do varejo

Quando assumiu o comando da Diretoria de Mercados, o vice-presidente Omar Ahmad Assaf prometeu ouvir os associados e buscar soluções para a melhora da operação dos supermercadistas. Nesse contexto, a APAS se reuniu com a diretoria da Nestlé, a fim de estreitar ainda mais o relacionamento com esse fornecedor e, dessa forma, criar uma pauta de discussões sobre temas relevantes para o melhor atendimento aos consumidores.

O presidente da APAS, Pedro Celso, destacou a importância da união de forças entre setor supermercadista e indústria, com foco no desenvolvimento do varejo. “Esse encontro foi muito produtivo para criarmos uma agenda positiva com esse parceiro da APAS. Queremos sempre ter o canal aberto para a discussão de temas que impactam em nossa operação, como, por exemplo, a redução da ruptura. A colaboração da indústria é essencial para o desenvolvimento do varejo e,



Executivos da APAS reunidos com o corpo diretivo da Nestlé

nesse contexto, nossa Diretoria de Mercados está de parabéns por tais iniciativas.”

Omar Ahmad Assaf seguiu a mesma linha de raciocínio e, de antemão, agradeceu a disponibilidade imediata da diretoria da Nestlé em receber o pedido da APAS. “A reunião foi primordial para estreitar as relações com esse importante player da cadeia produtiva, a qual estamos inseridos e que somos o elo final com o consumidor. Não somos apenas supermercados, mas sim integramos essa cadeia tão importante, que envolve desde a matéria-prima, passando por todas as etapas de transformação e logística, até buscar a satisfação do cliente final”, disse.

O diretor de Mercados da APAS ainda complementou dizendo que “o objetivo é ter portas abertas para conversar com todos os setores - seja indústria ou produtores -, a fim de sanar eventuais problemas, melhorar a nossa operação e rentabilidade, além, claro, de servir os consumidores com excelência”.



CONVÊNIO APAS

**UTILIZE OS BENEFÍCIOS
DOS CONVÊNIO APAS NA HORA
DE PROTEGER SEU NEGÓCIO**

SUPERMERCADO

VANTAGENS A FAVOR DO SUPERMERCADISTA

A **Quality Services** oferece produtos, na área de assessoria e consultoria em seguros, especialmente desenvolvidos para supermercados. Somente associados APAS podem contratar o Seguro Patrimonial e o Seguro de Frota com **preços e condições especiais**.

VANTAGENS PARA SEUS NEGÓCIOS:

- assistência 24 horas em todo o Estado de São Paulo;
- corretores especializados no setor de supermercados em **todas as Regionais APAS**;
- seguros com características adequadas ao perfil e às necessidades do setor, garantidos por seguradoras conceituadas;
- preços diferenciados para os associados APAS.

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





Cartões alimentação: proibição das taxas negativas e redução de custos para os associados

APAS, ABRAS e Assert se reuniram com o objetivo de melhorar a operação dos supermercados. Outras demandas estão em pauta

A APAS, a ABRAS e a Assert (Associação das Empresas de Refeição e Alimentação Convênio para o Trabalhador) uniram forças para melhorar a operação dos cartões alimentação, principalmente no que diz respeito aos custos oriundos das taxas negativas, tão onerosas aos negócios dos supermercadistas.

O vice-presidente e diretor Jurídico da APAS, Roberto Longo, e o gerente de Serviços aos Supermercados, Eduardo Ariel, se reuniram com representantes do Banco Central, que ouviram atentamente sobre o trabalho realizado em conjunto pelas entidades e sinalizaram positivamente quanto à regulamentação do fim das taxas negativas.

“Os valores pagos em virtude das taxas negativas trazem grandes impactos aos nossos negócios”, explicou o vice-presidente e diretor Jurídico da APAS, Roberto Longo.

Uma terceira reunião entre as partes será realizada para avançar no assunto. Além disso, as Associações também terão um encontro com o deputado Sergio Zveiter, cujo objetivo é dar apoio ao Projeto de Lei 8.237/2014, que, de autoria do citado, está anexo ao PL de nº 7807/2014, do deputado Guilherme Campos, que trata exatamente da proibição das taxas negativas.

Os executivos das principais empresas do setor de cartões alimentação participaram das reuniões, com destaque para

Geraldo França, presidente da Sodexo; Alberto, da Sodexo; Alaor Aguirre, presidente da Ticket; Maria Fernanda, da Ticket; Eduardo Gouveia, presidente da Alelo; além de Marcio Alencar, também da Alelo.

Outras demandas

Uma agenda positiva de reuniões foi acordada entre as entidades, a fim de tratar outros temas que também impactam na operação dos supermercados. Um grande exemplo é o fim da exclusividade para o tráfego das operações, o que fará com que o associado possa ter apenas uma POS (terminal para passar os cartões) no checkout. O resultado? A redução de mais custos.

Outra reivindicação da entidade está relacionada à falta de padronização para o envio de extratos eletrônicos. “A APAS está preocupada com o momento atual da economia e com a perda do poder de compra do consumidor. Muitas vezes, contar com a insegurança em receber os vouchers faz com que o supermercadista esteja mais atento ao fechamento de acordo com as administradoras para não ter prejuízos. É um compromisso da APAS lutar por melhores condições nesse sentido”, concluiu o superintendente da Associação, Carlos Corrêa.



Entidades uniram forças para melhorar a operação dos cartões alimentação

Colaboradores da APAS ficaram por dentro do planejamento da entidade para os próximos anos



APAS redesenha Missão e Valores e cria Visão

Objetivo é melhorar continuamente os serviços prestados aos associados e tornar-se referência internacional em associação setorial

“Trata-se da revisão do que estamos fazendo e da nossa razão de ser. Rever planos, fortalecer o que estamos realizando de maneira correta e entender aquilo que não conseguimos cumprir.” Dessa forma e em apresentação aos

colaboradores da APAS, o superintendente, Carlos Corrêa, resumiu o atual momento da entidade, que passa por um importante trabalho, em andamento, de Planejamento Estratégico, envolvendo as lideranças da Associação, sob



a coordenação da área de Projetos e com o apoio de consultoria externa especializada, a Falconi.

Nos estudos foram considerados o momento atual e as projeções futuras da APAS, sendo que o resultado foi o redesenho da Missão e dos Valores, além da criação da Visão da entidade. Também foram estabelecidos os macro-objetivos corporativos, ou seja, as Metas Globais, além dos Projetos Prioritários que serão realizados pelas equipes internas e que levarão a APAS

aos resultados esperados. O foco maior está no contínuo aperfeiçoamento dos serviços prestados aos associados.

“Todos nós, colaboradores e associados, temos participação daqui para frente. Nosso trabalho se torna ainda mais desafiador e com mais responsabilidade”, afirmou o gerente de Economia e Pesquisa da APAS, Rodrigo Mariano.

Para que os colaboradores e os associados se engajem no Planejamento Estratégico, ainda no segundo semestre de 2015 será iniciada campanha de comunicação, a fim de tornar presente a estratégia da APAS aos públicos com os quais se relaciona.

Conheça a Missão, a Visão e os Valores da APAS, que também constam no portal da entidade:

MISSÃO

Representar o setor supermercadista e contribuir para o seu fortalecimento sustentável, garantindo a satisfação dos nossos associados.

VISÃO

Ser referência internacional em associação setorial.

VALORES

Foco no Associado – Trabalhamos para que nossos associados alcancem resultados excepcionais.

Meritocracia e Reconhecimento – Captamos e retemos os melhores profissionais desenvolvendo-os constantemente. Formamos uma diretoria com foco nas melhores práticas. Reconhecemos os resultados atingidos pelos nossos colaboradores e diretores.

Geração de Valor – Proporcionamos para os nossos fornecedores oportunidades de negócios e relacionamentos para fortalecer o setor.

Disciplina – Respeitamos e disseminamos nosso Código de Conduta.

Produtividade com Qualidade – Buscamos continuamente a melhoria de gestão da entidade e o alcance de nossos objetivos de forma eficiente.

Transparência – Construímos nossos relacionamentos promovendo constantemente a divulgação de nossas ações e nossos resultados, sempre pautados na confiança.

União e Unidade – Nos reunimos constantemente e sempre buscamos a decisão por consenso em prol do coletivo.

Responsabilidade Socioambiental – Contribuímos com a evolução da sociedade, incentivando ações de cidadania e o respeito aos recursos ambientais.

Investir para driblar a crise

Redes inauguram lojas por todo o estado e esperam colher os frutos no momento da melhora econômica

Se para muitos o momento é de retrain investimentos, diminuir o quadro de colaboradores e até fechar as portas, o mesmo não se aplica a muitas redes supermercadistas do estado. Caso do Barbosa, que inaugurou recentemente unidades em Osasco, em Taboão da Serra e na Rodovia Raposo Tavares.

O Beira Alta “presenteou” os moradores de Embu das Artes com a terceira loja na cidade, de um total de seis. De acordo com o gerente administrativo da rede, Fábio Francisco, a escolha do local está alinhada à intenção de reforçar a marca no município e também aos pedidos dos clientes.

O supermercadista ainda destacou que o Beira Alta pretende utilizar os serviços e produtos oferecidos com exclusividade pela APAS aos associados, como a Escola APAS, para desenvolver as equipes. “A entidade é importante para estarmos sempre informados do dia a dia do setor varejista como um todo, sem contar o apoio jurídico e a reciclagem



Rede Paraná abriu sua primeira loja em Campinas



Rede Barbosa inaugurou lojas em Osasco, em Taboão da Serra e na Rodovia Raposo Tavares



Décima sétima loja do Shibata foi aberta em Aparecida do Norte



Coop diversifica o negócio e investe forte em drogarias externas

dos colaboradores por meio de cursos e palestras. Também destaco as reuniões em que podemos estar próximos de outros supermercadistas e dos fornecedores”, concluiu.

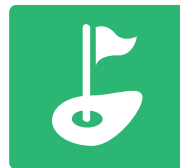
Já a rede Paraná, presente nas cidades de Sumaré e Nova Odessa, abriu a primeira unidade em Campinas. “Teremos, aqui, um público totalmente diferenciado, em uma região muito populosa. Nós não estávamos acostumados a receber tantas pessoas, porém estamos preparados para atender a todos”, afirmou Thiago Garcia, representante da rede, ao comentar o grande movimento no dia da inauguração.

Thiago também explicou que o atual cenário econômico enfrentado pelo país não foi empecilho para a expansão da rede. “Sem dúvidas, é o momento para expandir e tornar o nome da rede Paraná mais conhecido, mesmo indo contra essa maré de crise. Essa região nos trará uma experiência muito grande e proporcionará um crescimento estruturado”, comemorou. “Para 2015, esperamos um crescimento dentro da média de mercado, ou seja, entre 5% e 10%”, complementou.

O Shibata não mediu esforços para a expansão dos negócios: a 17ª unidade da rede foi aberta na cidade de Aparecida, no Vale do Paraíba. A escolha do local se deu pelo potencial de desenvolvimento econômico da região, que engloba outras localidades, tais como Potim, Guaratinguetá, Roseira, Cunha e Lorena.



Tênis



Golf



Atrações Infantis



Champions League APAS

Evento família APAS 2015
Compartilhe Momentos



ESTÁ CHEGANDO O EVENTO QUE REÚNE TODA A FAMÍLIA!



Jantar com Atração Especial



Noite do Charuto e Cervejas Especiais



Atrações para Mulheres

Quem também expandiu os negócios recentemente foi o Violeta Supermercados, que inaugurou sua quinta loja no Jaraguá, zona oeste da capital.

Investimento de R\$ 1 milhão em drogaria externa

Com o objetivo de oferecer aos cooperados melhores condições de acesso a bens e serviços, a Coop inaugurou a sétima drogaria externa da rede e, na ocasião, já anunciou mais duas unidades para os próximos meses – na região do ABC Paulista e nos limites de São Paulo.

A rede explica que o investimento nesse negócio visa proporcionar mais visibilidade à empresa e proximidade com os cooperados nas comunidades onde atua. “A expectativa de retorno está na média de dois a três anos”, diz a gerente de negócios de drogarias, Rosângela Prado.



Utilize o leitor de QR CODE do seu celular e veja as fotos do Evento Família 2014.

Diretoria da APAS prestou homenagens a Armando Almeida



Dezessete anos dedicados à APAS

Armando Almeida, que anunciou sua saída da rede Carrefour, destaca a importância da Associação para o seu crescimento pessoal e profissional, bem como para o desenvolvimento do setor

“Em busca de novos desafios.” Esta frase resume o atual momento do supermercadista Armando Almeida, 60, profissional que, durante 39 anos, ocupou diversos cargos na rede Carrefour. Vasta experiência e conhecimento que contribuíram para a sua entrada na APAS, em meados de 1998, por intermédio do então presidente Omar Ahmad Assaf. O ciclo na entidade também foi encerrado, o que lhe rendeu homenagens, reconhecimento e palavras de carinho ao longo da Reunião da Diretoria Executiva, realizada em 28 de maio.

“Em nome da entidade, agradeço o empenho e a dedicação à APAS por tantos anos. Sua participação foi muito importante e desejo-lhe sorte em seu futuro profissional”, afirmou o presidente, Pedro Celso.

Omar Ahmad Assaf, que atua no Conselho Deliberativo da entidade e está à frente da recém-criada Diretoria de Mercados, presidiu a APAS entre os anos 1997 e 2002 – época da construção da sede no bairro do Alto da Lapa, em São Paulo. O supermercadista destacou o lado pessoal de Armando Almeida.

“Tenho a certeza absoluta de que todos os presidentes dos quais você esteve ao lado têm a mesma opinião sobre a sua pessoa e não apenas pelo lado profissional, afinal, uma coisa sem a outra não vale nada. Você é uma grande pessoa, e agradeço o trabalho prestado ao setor e à APAS.”

O atual presidente do Conselho Deliberativo, João Galassi, que dirigiu a entidade entre 2010 e 2014, não deixou de prestar sua homenagem a Armando Almeida. “Você foi um professor da minha gestão, o equilíbrio entre as redes, aquele profissional que era sempre consultado e expunha suas ponderações cirúrgicas. Você ainda trouxe segurança ao trabalho realizado pelo Carlos Corrêa na gestão administrativa”, elogiou. “Fico feliz que você não esteja se aposentando e que sua qualificação profissional estará à disposição do setor. Nosso crescimento está atrelado ao conhecimento dos profissionais”, completou.

Casado e com dois filhos, Armando Almeida deseja descançar por poucos meses. E o futuro profissional? Em um tom

bem-humorado, o supermercadista afirmou: “Vou entregar meu currículo na entidade”. Confira o bate-papo exclusivo com essa lenda do setor:

REVISTA ACONTECE – O senhor lembra como se deu sua entrada na APAS?

Armando Almeida – Fui convidado a entrar para a diretoria da APAS em 1998, por intermédio do então presidente Omar Ahmad Assaf. Na ocasião, ele estava fazendo um movimento para integrar e trazer as grandes redes para participar ativamente da entidade. Na época, atuamos juntos em alguns grupos de trabalho junto ao Ministério da Fazenda e a outras entidades governamentais, e, por esse motivo, o Omar afirmou que precisava de mim colaborando com a Associação. Foi o início dessa história de 17 anos.

ACONTECE – Qual a importância da APAS nos âmbitos pessoal e profissional de sua trajetória? O que o senhor destacaria como aprendizado ao longo destes anos?

Armando Almeida – A APAS teve (e ainda tem) um papel fundamental na minha vida, tanto pessoal como profissional. Falando primeiramente do lado pessoal, trata-se de uma oportunidade para interagir com colegas, sendo que construí amizades fantásticas e adquiri muito aprendizado. Digo que todos que conhecemos trazem algo de bom para nossa vida pessoal. No âmbito profissional, imagina o que é trabalhar com empresários do setor, pessoas que, muitas vezes, com apoio da própria família, construíram verdadeiros “impérios”, lutando, inclusive, ao lado de grandes redes como a empresa em que eu atuava.

ACONTECE – Qual a importância da APAS para o desenvolvimento do setor?

Armando Almeida – Não dá mais para pensar no setor sem a APAS. A entidade tem uma representatividade enorme junto aos órgãos públicos.

ACONTECE – O senhor poderia nos contar alguma passagem marcante ao longo de sua trajetória na APAS?

Armando Almeida – Cada dia sempre foi um desafio. É fantástico a entidade reunir na mesma mesa todos os concorrentes, até porque se luta diariamente por mais um cliente e por centavos. É possível criar alianças entre os próprios concorrentes. É o que mais me marcou, pois nem sempre os interesses da empresa que eu representava coincidiam com o concorrente. Trata-se do maior aprendizado que eu tive.

ACONTECE – Por quantos anos o senhor atuou na rede Carrefour e quais os motivos para a saída da empresa?

Armando Almeida – Atuei por 39 anos no Carrefour. Comecei em 1976 e ocupei vários cargos de diretoria no grupo. Por um momento cíclico, chegamos à decisão de que era o momento dessa ruptura.

ACONTECE – Quais os planos profissionais do senhor para o futuro?

Armando Almeida – Distribuir meu currículo na entidade [risos]. Quero descansar por dois ou três meses, mas quem é do varejo não consegue ficar parado. Não deixo de entrar em supermercado sem ter aquele olhar técnico. Por exemplo, passei a fazer compras com minha esposa e sempre reparo em uma implantação, na escala de preço e por aí vai.

ACONTECE – O senhor poderia deixar uma mensagem final aos associados da APAS?

Armando Almeida – Há anos eu adotei uma frase do ex-Beatle John Lennon, que diz: “Pense global e aja local”. Ou seja, tenha a visão global do varejo, porém, adapte-se localmente. Exemplificando, em São Paulo há iniciativas que não funcionam na periferia, mas sim no bairro dos Jardins e vice-versa.



“Não dá mais para pensar no setor sem a APAS”



Perspectivas econômicas para 2016

Área de Economia da APAS espera um crescimento do PIB na ordem de 1%

Ainda estamos no segundo semestre de 2015, mas a APAS já projeta o panorama econômico para o próximo ano. Na visão do gerente de Economia e Pesquisa da entidade, Rodrigo Mariano, 2016 será marcado pela retomada lenta e gradual da economia, com ligeira melhora na confiança dos empresários e consumidores. Nesse contexto, a expectativa é que a inflação esteja entre 6,0 % e 6,5% e o crescimento

do PIB chegue a 1%. “O ambiente econômico ainda será de dificuldades para alguns setores específicos dependentes de crédito”, explica o economista da APAS.

Ainda de acordo com Mariano, os setores de alimentos e bebidas, em especial os supermercados, tendem a aumentar as vendas no início de 2016, muito em função do otimismo constatado neste ano. “Como em todas as crises

VEM AÍ...



Edição 2016

***Em breve, mais informações pra você.
Não perca esta oportunidade!***



Equipe da APAS com o economista Delfim Netto

vivenciadas até hoje, o setor de supermercados sairá fortalecido, pois se trata de um ajuste econômico com acerto fiscal que comprometerá o ano de 2015, porém, que tende a fortalecer as bases para um crescimento em 2016 e 2017, embora aquém do desejado”, disse.

Por fim, Mariano acredita que o crescimento sustentável está atrelado às reformas mais amplas e profundas, embora, segundo ele, as ações do atual governo não pareçam apontar nesse sentido.

Encontros com Delfim Netto e Mailson da Nóbrega

Absorver mais conceitos e conhecimentos de economia e tendências para proporcionar ações mais efetivas aos nossos associados. Com esse objetivo, o presidente da APAS, Pedro Celso, e executivos da entidade se reuniram com o ex-ministro da Fazenda Delfim Netto. “Mais do que uma reunião, uma aula de economia, com conceitos compreensíveis e exemplos práticos que fogem das teorias tradicionais”, resumiu Rodrigo Mariano, que acompanhou a visita.

Como não poderia ser diferente, o ex-ministro da Fazenda abordou o atual cenário econômico do país e salientou a necessidade de aproveitar as oportunidades, deixando as reclamações um pouco de lado. “Primeiramente, foi um privilégio estar na companhia do senhor Delfim Netto, afinal, sua capacidade e a abrangência de seu conhecimento são incontestáveis. Estar ciente das perspectivas econômicas do país é importante para a tomada de decisões em nossos negócios e, no caso da APAS, pode, inclusive, nos auxiliar em ações mais assertivas em prol dos associados”, elogiou Pedro Celso.

APAS sempre atenta às questões econômicas

Mensalmente, o Departamento de Economia e Pesquisa da entidade prepara diversos materiais que são enviados aos associados, a fim de mostrar o cenário atual do setor, mediante o momento do Brasil, bem como municia de informações os principais veículos de comunicação do país. Recentemente, os estudos da APAS ganharam destaque nos seguintes jornais, revistas, TVs, rádios e portais:

- *Folha de S.Paulo*;
- *UOL*;
- *DCI*;
- *Agora São Paulo*;
- *Jovem Pan*;
- *Bandeirantes*;
- *Estado de S.Paulo*;
- *G1*.



Vice-presidente da APAS, Ronaldo dos Santos; Mailson da Nóbrega; e presidente da APAS, Pedro Celso

Já na visão de Mailson da Nóbrega, o Brasil precisaria passar por mudanças culturais e educacionais, sendo, em sua opinião, a Justiça do Trabalho o maior freio para o progresso do país. Outro fator preocupante apontado pelo ex-ministro da Fazenda é a falta de liderança para gerir o governo brasileiro. “Vivemos uma crise política e o país está sendo ‘gerenciado’ pelas instituições, tais como sociedade, mercados, imprensa, ou seja, em meio à crise, tudo continua funcionando. Não temos partidos políticos com ideologia e capacidade de programas e organização nem liderança no governo. Com este ambiente, não teremos nada mesmo.”

**SEU SUCESSO.
NOSSA HISTÓRIA.
RESERVE ESTA DATA.**



- DIA - 28 OUTUBRO	CELEBRE A CONQUISTA. PREMIE O SUCESSO.
TROFEUPONTOEXTRA.COM.BR	

20 ANOS

ADMINISTRAÇÃO E REALIZAÇÃO:



REVISTA OFICIAL:



APOIO:



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO
Secretaria da Cultura

PROMOÇÃO E ORGANIZAÇÃO:



Inflação nos supermercados em 12 meses atinge 7,78%

Em junho, a maioria dos itens de supermercado apresentou aumento por conta da energia elétrica, estiagem e alta do dólar

O mês de junho foi marcado pela queda nos preços dos **produtos in natura**, segundo o IPS, Índice de Preços calculado pela APAS, em parceria com a Fipe. Legumes e verduras foram os que mais sofreram alteração: -12,39% e -5,56%, respectivamente. Com relação às frutas, laranja (-9,76%), banana (-1,46%), tomate (-26,47) e cenoura (-7,77%) também ficaram mais baratos.

Entretanto, de modo geral, o IPS de junho apresentou alta de 0,98%. Em 12 meses, o aumento atingiu 7,78% e no acumulado de janeiro a junho a elevação foi de 5,24%.

No geral, os no meses o preço das frutas subiu 0,13% e dos tubérculos, 9,63%. As maiores altas foram constatadas nos produtos industrializados, carnes suínas, leite, artigos de limpeza e higiene e beleza. Os principais vilões do consumidor foram a revisão tarifária da energia elétrica, a estiagem e a alta do dólar, que contribuíram com a alta.

“Por mais um mês, a inflação refletiu a pressão sobre os custos de produção, como a elevação da energia elétrica, por exemplo, que ainda reflete nos custos, principalmente dos produtos industrializados”, comentou o gerente do Departamento de Economia e Pesquisa da APAS, Rodrigo Mariano.

A falta de chuvas em algumas regiões do país também tem gerado menor disponibilidade interna de alguns produtos, diante da redução da oferta. Outro fator importante é a variação do dólar ao longo dos últimos 12 meses, que impacta os preços de alguns produtos importados ou que dependem de insumos importados para a produção.

Preços

Os preços dos industrializados subiram em junho com variação de 1,30%, relacionada ao aumento nos preços de derivados do leite (1,93%), derivados de carne (1,94%) e panificados (1,84%).

- **Derivados de leite** – A alta reflete a tendência de crescimento já verificada no preço do leite, diante da entressafra.
- **Derivados de carne** – O aumento tem relação com a alta dos preços das carnes de modo geral, bem como do custo de produção por parte da indústria de alimentos, diante dos



reajustes nos preços da energia elétrica, insumo expressivo para a produção.

- **Panificados** – Continuam impactados pelo custo da energia elétrica, aliado à alta do dólar que influencia na cotação do trigo e os preços dos panificados e massas em geral.

Já os semielaborados (carnes, leite e cereais) tiveram aumento nos preços de 1,15% em junho, principalmente devido ao preço das carnes suínas (1,69%) e do leite (5,11%).

- **Carne suína** – Preços subiram diante do aumento na demanda, impulsionado pela alta nos últimos meses da carne bovina. Aliado a isto, a abertura do mercado externo diminui a disponibilidade interna de produto, impactando diretamente nos preços das carnes no mercado interno.

- **Leite** – O aumento nos preços desse item esteve atrelado ao clima desfavorável com temperaturas mais baixas que afetaram a produção, principalmente na região Sul do país.

As bebidas alcoólicas também tiveram preços mais altos com variação de 0,14%, reflexo da alta do preço do vinho (2,09%). As bebidas não alcoólicas registram alta de 0,95%, diante dos preços do refrigerante (0,41%).

Os produtos de limpeza ficaram 1,41% mais caros, puxados pelo preço do sabão em pó (3,70%) e do sabão em barra (0,61%).

Os artigos de higiene e beleza tiveram reajuste de 1,25%, impactados pelo creme dental (1,84%) e pelo desodorante (2,12%).

Em junho, as variações negativas estiveram presentes em cerca de 32,91% dos itens, de acordo com o índice de difusão (proporção das variações de preços negativas), ficando abaixo da média, que é de 42,65%. Na avaliação desde a criação do Plano Real, em 1994, o IPS/APAS apresenta variação acumulada de 180,81%, o IPCA/IBGE (São Paulo) - Alimentos e Bebidas apresenta alta de, aproximadamente 371,80%, já o IPCA/IBGE (Brasil) - Alimentos e Bebidas tem alta de 389,22%, o IPC-Fipe tem aumento de 300,19% e o IPA/FGV tem variação de 539,81%.



CONVÊNIO APAS

PROTEJA SEU VEÍCULO COM QUEM ENTENDE DE SEGURANÇA

DESCONTOS PROGRESSIVOS DE 10% A 45%

BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS PARA O ASSOCIADO APAS

Através da Quality Services, a APAS oferece seguro automotivo com três conceituadas seguradoras em condições exclusivas para associados.

VANTAGENS:

- cobertura abrangente para o veículo, responsabilidade civil a terceiros, acidentes pessoais, vidros e retrovisores;
- serviços completos de assistência 24 horas, incluindo carro reserva;
- diversas opções de franquia;
- pagamento em até 10 parcelas sem juros.

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





www.docile.com.br

www.dociblog.com.br

 facebook.com/docilealimentos

Para alimentar desejos, nada melhor do que lançamentos.



Desejo é um sentimento que precisa ser alimentado com novidades. Principalmente o desejo dos consumidores. É por isso que a **Docile** está sempre aumentando o seu portfólio com novos sabores, formatos e embalagens. São balas de goma, chiclés, pastilhas, balas de gelatina, *marshmallows* e refrescos em pó que trazem momentos mais doces para a vida dos brasileiros. E que aumentam ainda mais o desejo por pedir **Docile** no seu ponto de venda.