

REVISTA ACONTECE APAS

O CANAL DO SUPERMERCADISTA DE SÃO PAULO | ANO V • EDIÇÃO Nº 47 • NOVEMBRO/DEZEMBRO 2015

APAS AVANÇA EM NEGOCIAÇÕES TRIBUTÁRIAS COM GOVERNO

Com forte atuação do vice-presidente, Orlando Morando, aumento da alíquota da cerveja foi de 18% para 20%, sendo que a proposta inicial era de 25%. Associação ainda pediu a isenção do ICMS para o óleo vegetal e os açúcares cristal e refinado



» Lei de Cotas: APAS e INSS assinam Acordo de Cooperação

» e-Social: os prós e contras do programa

» Sacolas na capital: o cumprimento à Lei 15.374 continua



Mensagem do Presidente *pág. 3*
Mais uma vez mostramos a nossa força

Jurídico *pág. 4*
eSocial: APAS analisa os prós e os contras

Lei de Cotas *pág. 6*
*Lei de Cotas: APAS e INSS assinam Acordo de
Cooperação Técnica para cumprimento legal*

Sacolas *pág. 7*
*Sacolas na capital: acordo termina,
mas o cumprimento à Lei 15.374 continua*

Responsabilidade Socioambiental *pág. 8*
*APAS conquista o 5º Prêmio Fecomercio
de Sustentabilidade*

Associados *pág. 10*
Associados expandem e diversificam os negócios

Troféu Ponto Extra *pág. 14*
Vinte anos de história e tradição

Capa *pág. 12*
*APAS avança em negociações tributárias
com governo*

Evento Família *pág. 20*
Evento Família 2015: recorde de supermercados

Indicadores *pág. 22*
*Pesquisa da APAS sobre a
expectativa de vendas para o Natal*



Presidente: Pedro Celso

Diretoria: Antônio José Monte, Antônio Nagai, Aparecido Omote, Armando Almeida, Aurélio José Mialich, Carlos Ely, Eduardo Kawakami, Erlon Godoy Ortega, Esther Gonçalves, Jad Zogheib, José Carlos Novellini, José Flavio Fernandes, José Eduardo Vaz de Carvalho, Marcelo Nicoluci, Maurício Cavicchiolli, 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
São Paulo: Shirlei Almeida
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

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

www.facebook.com/portalapas

Mais uma vez mostramos a nossa força



Não é surpresa para ninguém que o cenário político-econômico do Brasil passa por um momento complicado, e, mesmo nesse contexto de desafios e desconfiança por parte dos empresários, o setor supermercadista ainda consegue expandir os negócios. Nos últimos meses, por exemplo, muitas foram as lojas inauguradas ou modernizadas por todo o estado.

Segundo dados da nossa área de Economia e Pesquisa, as vendas dos supermercados paulistas

para o Natal terão um crescimento nominal de 8% em relação a 2014. Consideramos um resultado insatisfatório, se comparado aos anos anteriores, entretanto, é superior às demais atividades econômicas, principalmente se levarmos em consideração a projeção de queda do PIB – na ordem de 2% a 3%.

Sempre digo que o setor supermercadista não tem medo de instabilidades econômicas. Muito pelo contrário, arregaçamos as mangas, usamos da criatividade e sempre procuramos o maior diálogo com a indústria em prol do melhor atendimento aos consumidores. Nesse sentido, a APAS também desenvolve ações que possam trazer benefícios reais aos associados, tais como a campanha Marcas Campeãs, que, em sua segunda edição, conta com mais de mil lojas participantes e dezenas de renomadas empresas da indústria como patrocinadoras.

Ainda sobre os benefícios aos associados, em 2015 a Escola APAS levou os mais diversos cursos gratuitos a todas as Regionais e Distritais. Ao todo, 840 empresas utilizaram os serviços e produtos da Escola APAS, com mais de 12.700 certificados emitidos. Para 2016, o Catálogo de Curso contará com 16 novos treinamentos, entre eles, “Cumprindo as Normas da Vigilância Sanitária”, “Redução da Rotatividade no Supermercado” e “Rotinas Trabalhistas”. Na área de Convênios também apresentamos novidades para reduzir os custos na operação, como, por exemplo, bobina térmica, sacola estrela, etiqueta de balança, cartazes, bandejas de isopor, Filme PVC e a sacola reutilizável regulamentada pela prefeitura de São Paulo.

Por falar em sacolas reutilizáveis, destaco o acordo firmado com o Procon-SP. A adesão dos associados foi muito importante para alcançarmos o objetivo de reduzir o consumo de plástico, além do maior legado, que passa pelo debate e a conscientização para a mudança de hábito da sociedade paulistana. Vale ressaltar que a

cobrança pelas sacolas plásticas nos supermercados é uma prática comum em muitos países desenvolvidos pelo mundo.

Outro exemplo de sucesso em meio aos atuais desafios foi a Feira APAS 2015, que bateu todos os records: para os quatro dias de evento, tivemos um total de 73.778 inscritos. Os visitantes puderam acompanhar as novidades e tendências de 685 expositores, sendo 138 internacionais. Números que nos enchem de orgulho e só reforçam o título de “Maior Feira Supermercadista do Mundo”.

Além disso, a Rodada Internacional de Negócios Apex-Brasil resultou em US\$ 56,6 milhões em negócios imediatos e esperados para os 12 meses seguintes ao evento, fruto das 694 reuniões que contaram com a participação de 80 empresas brasileiras e 34 compradores internacionais de 22 países. O número de palestras do Congresso de Gestão praticamente dobrou: ao todo, foram 59 debates que abordaram a temática do evento Produtividade – A Serviço do Consumidor.

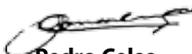
A edição especial de 20 anos do Troféu Ponto Extra ganhou um destaque maior por ter sido realizada na Sala São Paulo, um excelente espaço de eventos na capital. Premiamos os melhores fornecedores do setor e reiteramos a importância do bom relacionamento com foco no melhor atendimento aos consumidores. Já o Evento Família, que neste ano aconteceu no Hotel Paradise, em Mogi das Cruzes, teve 650 participantes, representando 170 supermercados, de 70 cidades.

Para 2016, nosso desejo é atuar de forma cada vez mais ativa em nossas reivindicações políticas, a fim de estimular a união e a unidade do varejo estadual, dando voz aos nossos associados e, por consequência, fomentando a cidadania de todos. Por sinal, tais ações integram os Valores da APAS, que, junto com a Missão, foram redesenhados no Planejamento Estratégico traçado para o período de 2015 a 2018, integrando ainda a criação da Visão da entidade: ser referência internacional em associação setorial.

Por falar no ano que se iniciará, deixo aqui uma reflexão: “O que cada um de nós pode fazer para a melhora da gestão pública em nosso país?” É notório que a atuação do governo brasileiro não vem atendendo às expectativas.

As portas da APAS estão sempre abertas para todos os associados. Sugiram, elogiem, critiquem, mas não deixem de interagir, pois todas as ações e atividades desenvolvidas pelas equipes da entidade são voltadas aos associados. Temos sempre que pensar em novas perspectivas e oportunidades, o tema da nossa Feira APAS 2016. Desejo boas festas, boas vendas e bons lucros neste fim de ano.

Forte abraço,


Pedro Celso

eSocial: APAS analisa os prós e os contras

O programa impõe algumas dificuldades de implantação, até pelos gastos, porém, padroniza e unifica todas as declarações trabalhistas, reduzindo os riscos de reclamações

Após meses de discussão e adaptações, o eSocial, programa que permite o governo acompanhar em tempo real o fornecimento das informações da folha de pagamento das empresas e o cumprimento das obrigações previdenciárias e trabalhistas, já é uma realidade. Trata-se de ação conjunta dos seguintes órgãos e entidades do governo federal: Caixa Econômica Federal, INSS (Instituto Nacional do Seguro Social), MPS (Ministério da Previdência Social), MTE (Ministério do Trabalho e Emprego), RFB (Secretaria da Receita Federal do Brasil) e Ministério do Planejamento.

As obrigações previdenciárias e trabalhistas são divididas em três grupos: eventos iniciais (cargos, funções e horário/turno de trabalho), aleatórios (afastamento, pedido de férias e acidente de trabalho) e mensais (remuneração, abertura e fechamento de folha). Mais do que a escrituração digital da folha de pagamento, uma vez que agrega os empregados que atuam sob o regime CLT, o eSocial também contempla todo o processo de contratação de serviços no território brasileiro.

De acordo com a APAS, o eSocial apresenta prós e contras aos empregadores. “Apesar das dificuldades impostas para o adequado funcionamento – gastos com a atualização dos sistemas de RH, folha de pagamento, treinamento dos departamentos de pessoal e de RH e necessidade de revisão de processos internos –, o programa padroniza e unifica todas as declarações trabalhistas, atualmente tão burocratizadas, em uma única plataforma eletrônica”, explica o diretor jurídico da Associação, Roberto Longo.

Ainda de acordo com Longo, a expectativa é que o eSocial elimine – ou reduza – algumas reclamações trabalhistas, tais como o pedido de horas extras. “Com o advento do eSocial, parte das provas documentais que eram obrigatoriamente produzidas pelo empregador (inversão do ônus da prova), em razão das alegações feitas pelo empregado na reclamação trabalhista, estarão superadas, uma vez que as informações sobre, por exemplo, o período de apuração das variáveis (horas extras, adicional noturno, faltas, entre outras) estarão armazenadas no sistema.”



Os empregadores devem observar os prazos abaixo para o cadastro dos dados dos funcionários no programa:

I - A transmissão dos eventos do empregador com faturamento no ano de 2014 acima de R\$ 78.000.000 (setenta e oito milhões de reais) deverá ocorrer:

a) A partir da competência “setembro de 2016”, obrigatoriedade de prestação de informações por meio do eSocial, exceto as relacionadas na alínea (b);

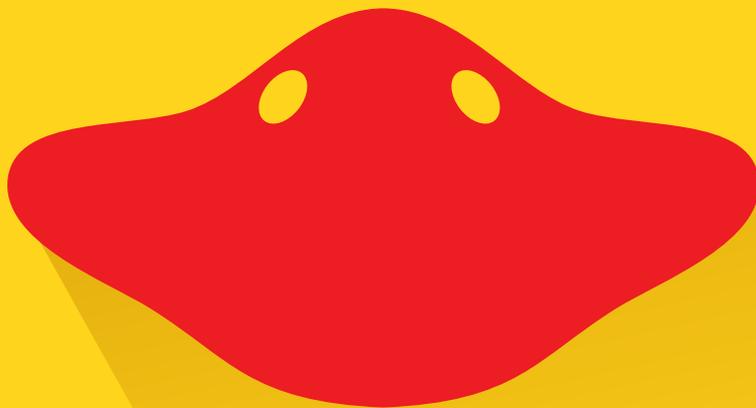
b) A partir da competência “janeiro de 2017”, obrigatoriedade da prestação de informação referente à tabela de ambientes de trabalho, comunicação de acidente de trabalho, monitoramento da saúde do trabalhador e condições ambientais do trabalho.

II - A transmissão dos eventos para os demais obrigados ao eSocial deverá ocorrer:

a) A partir da competência “janeiro de 2017”, obrigatoriedade de prestação de informações por meio do eSocial, exceto as relacionadas na alínea (b);

b) A partir da competência “julho de 2017”, obrigatoriedade da prestação de informação referente à tabela de ambientes de trabalho, comunicação de acidente de trabalho, monitoramento da saúde do trabalhador e condições ambientais do trabalho.

O empregador que deixar de prestar as informações no prazo fixado ou apresentá-las com incorreções e/ou omissões, ficará sujeito às penalidades previstas na legislação. Para mais informações, acesse o portal www.esocial.gov.br ou entrem em contato com o Departamento Jurídico da APAS, pelo e-mail juridico@apas.com.br.



**DIGA NÃO
AO AUMENTO DE
IMPOSTOS**

**NAOVOUPAGAR
OPATO.COM.BR**

ASSINE O MANIFESTO



ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS

Lei de Cotas: APAS e INSS assinam Acordo de Cooperação Técnica para cumprimento legal

Objetivo é realocar pessoas ao mercado de trabalho, enquadradas como portadoras de deficiência, para atuar em nosso setor

A APAS e o INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) assinaram um Acordo de Cooperação Técnica para o cumprimento da Lei de Cotas. O objetivo é que o instituto indique pessoas que sofreram acidente de trabalho e, ao não apresentarem mais condições de retomar as atividades que até então desempenhavam em razão das sequelas, possam ser enquadradas como portadoras de deficiência e, na medida do possível, serem realocadas para atuar no setor supermercadista.

É importante salientar que essa referida capacidade será observada durante o processo de reabilitação desenvolvido pelo INSS e, ao longo desse período, o reabilitando não receberá qualquer remuneração (salário), mantendo-se apenas com o benefício concedido pelo instituto.

“Somente após a conclusão da reabilitação e demonstrada a capacidade laboral é que o supermercadista integrará o profissional ao quadro de funcionários e passará a arcar com a remuneração, servindo assim para o atendimento à Lei das Cotas”, explica o diretor jurídico da APAS, Roberto Longo.

Presente na assinatura do contrato, Ivete Rocha Bittencourt, superintendente regional do INSS em São Paulo, destacou a importância do acordo. “O INSS tem o compromisso e a missão de trazer ao mercado de trabalho aqueles que, por algum motivo, tiveram a incapacidade de trabalhar. Então, o acordo supre uma necessidade nossa e dos supermercados no cumprimento da Lei de Cotas, que fala em deficientes e pessoas reabilitadas”, explicou.

A superintendente do INSS ainda reforçou que o acordo é pioneiro no estado de São Paulo. “Nossas regionais são semelhantes geograficamente às da APAS e, dessa forma, a operacionalização e a execução estarão muito alinhadas com as regionais das duas entidades. E o mais importante: como é pioneiro e estamos formalizando o acordo, construiremos assim um plano de trabalho que atenda ao interesse de todos, principalmente ao do trabalhador, que é o nosso foco de atuação”, concluiu.

Pela APAS, assinaram o acordo o presidente, Pedro Celso; o presidente do Conselho Deliberativo, João Galassi; e a diretora de Responsabilidade Social da Associação, Esther Gonçalves.



Representantes da APAS e do INSS comemoram a assinatura do Acordo de Cooperação



Sacolas na capital: acordo termina, mas o cumprimento à Lei 15.374 continua

É importante manter a sinalização obrigatória "Poupe recursos naturais. Use sacolas reutilizáveis" no checkout, além do preço da sacola e o certificado do fornecedor de qualidade do produto

No dia 11 de novembro, encerrou-se o acordo firmado entre a APAS e a Fundação Procon-SP, que buscou incentivar o consumidor a utilizar sacolas plásticas regulamentadas de maneira racional. O foco do acordo foi proporcionar adequação da população e dos supermercados da capital paulista ao cumprimento à Lei Municipal 15.374, de 18 de maio de 2011, que proíbe a distribuição de sacolas convencionais nos comércios, além de estimular a mudança de hábitos e o cuidado com o meio ambiente.

Uma campanha de conscientização foi realizada para contribuir com o cumprimento do acordo e o resultado foi a redução de 70% no consumo de sacolas entre os supermercados aderentes à iniciativa. O acordo terminou, porém a Lei Municipal 15.374 está em vigor e, dessa forma, a APAS orienta os associados da capital no que diz respeito à manutenção de algumas medidas, como divulgar a sinalização obrigatória "Poupe recursos naturais. Use sacolas reutilizáveis" no checkout, além de informar o preço da sacola regulamentada e expor o certificado do fornecedor sobre a qualidade do produto.

Outra recomendação é que, apesar do fim do acordo, em 11 de novembro, e mesmo os supermercados estando

desobrigados a cumprirem os itens do acordo, as lojas podem permanecer incentivando ações junto aos consumidores com o intuito de estimular e reconhecer aqueles que mudaram seus hábitos em relação à utilização de sacolas plásticas, substituindo por outros meios de transporte de mercadorias.

Relembrando o acordo com o Procon-SP

Os itens começaram a vigorar no dia 11 de maio deste ano. Desde então, os supermercados participantes ofereceram vantagens ao consumidor que levasse seus próprios meios de transporte, como as ecobags. A esse cliente foi concedido desconto de R\$ 0,03 a cada cinco produtos comprados ou a cada R\$30 em mercadorias adquiridas.

Outra opção foi fornecer cupons para sorteios. Foram também concedidas gratuitamente por 60 dias duas sacolas reutilizáveis, dentro dos padrões estabelecidos pela prefeitura de São Paulo, para que o cliente se adaptasse ao processo de mudança.

Os supermercados ainda comercializaram ecobags com descontos e explicitaram o preço das sacolas plásticas regulamentadas oferecidas no estabelecimento, estas vendidas a preço de custo.

Para o vice-presidente da APAS, Paulo Pompilio, o sucesso da ação se deve, principalmente, às parcerias estabelecidas. "Creditamos ao apoio do Procon, à adesão dos associados APAS e aos próprios consumidores o sucesso obtido com essa campanha, que não só reduziu o consumo de plástico como provocou o debate e a conscientização para a mudança de hábito da sociedade. Esse é nosso maior legado", afirma.



Equipe da APAS comemora a premiação do Projeto "Supermercados Mais Sustentáveis Como Estratégia Para Melhoria de Ganho e Enfrentamento de Crise"

APAS conquista o 5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade

Em sua primeira participação no prêmio, a Associação venceu na categoria Entidade Empresarial, por meio do projeto Supermercados Mais Sustentáveis

No fim de novembro, a APAS conquistou o 5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade, na categoria Entidade Empresarial, em cerimônia realizada na sede da Federação do Comércio do Estado de São Paulo. O diretor de Sustentabilidade da Associação, Mauricio Cavicchiolli, recebeu o prêmio das mãos da mestre de cerimônia e jornalista Rosana Jatobá. A entidade ainda foi representada por Eduardo Ariel Grunewald, gerente de serviços aos supermercados; Rose Pavan, coordenadora de sustentabilidade; e Thiago Pietrobon, integrante do Comitê de Sustentabilidade da Associação.

"É uma honra receber este prêmio em nome da APAS. Lembro aqui de toda a equipe que participou e esteve junto para que pudéssemos ganhar a premiação e o desejo é convencer todos os supermercadistas sobre a importância da sustentabilidade. É um dos prêmios mais importantes que a APAS já recebeu", afirmou o diretor Mauricio Cavicchiolli.

Logo em sua primeira participação na premiação, a APAS foi premiada em razão do projeto Supermercados Mais Sustentáveis – Como Estratégia para Melhoria de Ganho e Enfrentamento de Crise, que contempla diversas ações em prol das boas práticas sustentáveis do setor. Um dos destaques são os Guias Práticos para Supermercados Mais Sustentáveis – temas Projeto, Construção e Reforma e Operação e Manutenção, que foram produzidos com o apoio das consultorias SustentaX e Eco Suporte, e da Unilever.

Ao todo, mais de 1.200 empresas receberam os Guias Práticos para Supermercados Mais Sustentáveis. Associados relataram o sucesso na prática ao utilizar o material desenvolvido pela APAS, caso de Renato Gaspar Martins, diretor do supermercado Santa Cruz, que conta com quatro lojas em Votuporanga, interior do estado. "Em setembro de 2014 realizei a primeira substituição da ilha de congelados pelo modelo fechado e com motor acoplado.



Auditório da Fecomercio ficou lotado para a divulgação dos vencedores

No mesmo mês, porém, houve aumento nas tarifas de energia e não consegui mensurar a redução. Já em março de 2015, eu me preparei melhor para o acompanhamento e, além disso, realizei a substituição das lâmpadas das gôndolas iluminadas por LED, além da substituição da outra ilha de congelados. Nesse período, foi realizado um reajuste na conta de energia em 21% e, a partir das providências tomadas e da utilização dos Guias da APAS, consegui uma redução de 6% ante o mesmo período anterior, sendo assim uma economia de 27% que se manteve nos meses subsequentes”, conta Renato Gaspar.

O também vice-presidente da APAS destacou a importância dos Guias Práticos da APAS aos associados. “Temos informações ricas nos materiais – desde reforma, novas lojas e ações operacionais. Os guias são de fácil leitura e permitem a multiplicação aos colaboradores, podendo assim colocar as dicas em prática”, elogiou.

Mais ações

Outra ação destacada no projeto premiado foi o Espaço Sustentabilidade APAS-Unilever, que, durante a Feira APAS 2015, orientou 1.092 pessoas. Além disso, mais de 300 checklists personalizados para implantação de soluções sustentáveis foram emitidos durante o evento.

As Reuniões Abertas realizadas aos supermercadistas nas Regionais e Distritais também levaram orientações aos associados, a partir de palestras ministradas pelo integrante do Comitê de Sustentabilidade da APAS, Thiago Pietrobon, sob a temática

“Produtividade por meio da maior eficiência hidro energética. Estratégias para o enfrentamento da crise”. Ao todo, os encontros contaram com a participação de 201 supermercados.

Em meio aos desafios hídricos e energéticos, Pietrobon apresentou o atual cenário do Brasil e propôs soluções para aumentar a eficiência e a produtividade nas lojas, trazendo assim uma utilização mais consciente dos recursos em consonância ao meio ambiente. Em decorrência das palestras realizadas nas Reuniões Abertas, a APAS criou um canal de relacionamento com os associados e oferece consultoria de gestão para sanar dúvidas e implantar ações de enfrentamento às questões levantadas. Até agora foram 19 os atendimentos personalizados na consultoria.

Os veículos de comunicação da APAS (revistas *SuperVarejo* e *Acontece*, além da newsletter diária) também são um canal de informação e interação com os associados, por meio da divulgação de conteúdos relevantes e casos de sucesso por todo o estado. “O reconhecimento do trabalho, além de indicar que estamos no caminho certo, garante ampla divulgação e intercâmbio de informações com interessados que, certamente, acessarão o conteúdo dos projetos”, destacou o Thiago Pietrobon.

A premiação conquistada pela APAS é promovida pela Fecomercio-SP, com a coordenação técnica da Fundação Dom Cabral, e tem como objetivo estimular práticas sustentáveis em projetos que agreguem valor a novos modelos de negócios, serviços e produtos. O quesito Inovação foi o principal critério na escolha.



Super Muffato investiu R\$ 49 milhões para a abertura da primeira unidade em Rio Preto

Associados expandem e diversificam os negócios

De novas unidades a farmácias externas, setor segue investindo

O setor supermercadista mostra sua força e, mesmo em meio aos desafios impostos pelo atual cenário econômico, segue com investimentos na expansão e diversificação dos negócios. Em 2015, a Coop – Cooperativa de Consumo celebrou os 61 anos de fundação com a inauguração da segunda unidade na cidade de Tatuí, interior do estado.

O investimento de R\$ 20 milhões também será aplicado no fortalecimento da marca em Sorocaba, a partir da instalação de dois novos pontos de distribuição, que deverão abrir as portas em 2016.

Até dezembro a rede entrega ainda duas novas drogarias externas, sendo mais uma em Santo André e outra na zona leste de São Paulo, que representará a entrada da Coop na capital paulista. A oitava drogaria externa da rede foi lançada em São Bernardo, no último dia 8 de outubro, com investimentos na ordem de R\$ 1 milhão.

“A expansão em número de lojas é uma estratégia necessária para a Coop manter sua competitividade no disputado mercado varejista, até porque os fornecedores têm seus olhos

voltados especialmente para as empresas que demonstram potencial de crescimento. Na busca de oportunidades de novos negócios, a Cooperativa tem dado maior foco ao interior do estado, por apresentar expressivos índices de desenvolvimento econômico”, afirmou o diretor-presidente da Coop, Marcio Francisco Blanco do Valle.

A Coop ainda inaugurou a nona drogaria de rua da rede e a primeira no município de São Paulo, localizada na Zona Leste, a partir do investimento de R\$ 1 milhão. A unidade possui 235 metros quadrados de autosserviço, dez colaboradores, nove vagas para estacionamento e segue o mesmo padrão de layout e atendimento das outras oito em operação, com sortimento de cerca de 8 mil itens. Segundo informações da rede, o modelo de drogarias de rua apresenta crescimento médio no fornecimento em torno de 20%.

O Grupo Carrefour segue a mesma tendência e inaugurou a primeira drogaria de rua na Zona Oeste da capital, mais precisamente no bairro da Lapa. A operação é realizada ao lado de uma unidade do Carrefour Express, sendo que a drogaria conta com 100 metros quadrados de área de vendas e cerca de 7 mil itens. Dessa forma, conforme números de novembro, a rede conta com 123 unidades, 25 delas somente na capital paulista.

“Com a inauguração de mais uma unidade de proximidade ao lado da Drogaria Carrefour, a rede passa a oferecer aos moradores da Lapa a praticidade e a conveniência de comprar em



O diretor-presidente da Coop, Marcio Francisco Blanco do Valle, destacou que a expansão em número de lojas é uma estratégia necessária para a competitividade

um só lugar produtos para reposição diária e pronto consumo, além de medicamentos e dermocosméticos a preços competitivos”, ressalta Luis Curti, diretor do Carrefour Express no Brasil.

Mais expansão pelo estado

Com forte atuação no estado do Paraná, o Super Muffato investiu R\$ 49 milhões para a abertura da primeira unidade em São José do Rio Preto, a quarta no interior de São Paulo. A loja conta com 25 mil metros quadrados, 1.200 vagas rotativas de estacionamento coberto e gratuito, elevador, esteira rolante, praça de alimentação e um mix de produtos nacionais e importados com mais de 50 mil itens.

“Nosso projeto arquitetônico é arrojado e moderno, com tudo o que há de mais avançado no setor de supermercados no mundo. Priorizamos o conforto e a praticidade dos clientes, que vão encontrar variedade, qualidade e preços justos”, explica o diretor, Ederson Muffato. O empreendimento foi construído em oito meses e emprega 400 colaboradores diretos e 200 indiretos.

Uma das novidades é o autocaixa, uma tecnologia que permite que o cliente realize todo o processo de compras sozinho. O sistema é simples e muito fácil de operar: basta



O diretor-presidente do Confiança, Jad Zogheib, anunciou a chegada da rede a Botucatu

selecionar os produtos, passar pelo leitor, pesar, se for o caso, finalizar o pagamento com cartão de crédito ou débito, sem a interferência de um operador de caixa.

O Grupo Sonda, por sua vez, investiu R\$ 25 milhões para a abertura de nova loja em Santo André, região do Grande ABC. A 30ª loja inaugurada, que conta com 2 mil metros quadrados e mais de 16 mil itens no mix de produtos, apresenta um visual que ressalta a qualidade e exposição dos produtos a partir de um projeto de iluminação inovador, que promete tornar o ambiente ainda mais agradável para as compras dos clientes.

Já a rede Confiança Supermercados, que possui nove lojas, sendo seis em Bauru e as demais em Pederneiras, Jaú e Marília, anunciou a chegada a Botucatu. O evento contou com a presença do diretor-presidente da rede, Jad Zogheib, do prefeito da cidade, João Cury Neto, além de autoridades locais, empresários e convidados.

Durante a cerimônia de anúncio, foi apresentado o projeto arquitetônico da nova loja, que, com previsão de inauguração para outubro de 2016, terá a maior área construída de todas as unidades, com 19.187,60 metros quadrados, 286 vagas cobertas, estacionamento para os clientes e 3.040 metros quadrados de área construída. O valor do investimento será de R\$ 25 milhões.

“A loja será um marco para a rede. Além de ser a maior, ela será a mais moderna e sustentável. Em nosso projeto de expansão, demos prioridade à Botucatu, que foi escolhida por seu enorme potencial e importância no interior do estado de São Paulo. Por isso, a cidade merece todo o nosso esforço”, disse Jad Zogheib. A unidade Confiança Botucatu terá ainda 12 lojas de apoio, um restaurante e 27 checkouts.



APAS avança em negociações tributárias com governo

Com forte atuação do vice-presidente, Orlando Morando, aumento da alíquota da cerveja foi de 18% para 20%, sendo que a proposta inicial era de 25%. Associação ainda pediu a isenção do ICMS para o óleo vegetal e os açúcares cristal e refinado

No final do mês de novembro, o governador do estado de São Paulo, Geraldo Alckmin, sancionou a lei que aumentou a alíquota do Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) incidente sobre a cerveja de 18% para 20%. A forte atuação do vice-presidente da APAS e deputado estadual, Orlando Morando, e de outros parlamentares foi essencial para evitar a elevação para 25%, proposta inicial do governo.

“Conseguimos evitar um aumento ainda maior da alíquota e trata-se de uma conquista para o nosso setor. Reitero meu esforço diário em defender os direitos dos supermercadistas, até pela nossa relevância para a economia do estado de São Paulo e, por consequência, do país”, afirmou Morando.

Mesmo menor, o aumento na alíquota da cerveja deve impactar o preço do produto ao longo dos próximos meses,



Com forte atuação do vice-presidente, Orlando Morando, aumento da alíquota da cerveja foi de 18% para 20%, sendo que a proposta inicial era de 25%

principalmente em virtude das margens já exprimidas frente aos impactos expressivos nos custos neste ano, tais como o aumento da energia elétrica. “Os ganhos de eficiência e produtividade, aliados às constantes negociações junto à indústria, possibilitam ao supermercadista oferecer preços mais competitivos aos consumidores. O problema é que esse esforço impacta negativamente as margens que já são reduzidas, uma vez que os custos e as despesas do setor foram constantemente influenciados pela inflação alta e pelos reajustes expressivos dos preços administrados em 2015”, explicou o gerente de Economia e Pesquisa da APAS, Rodrigo Mariano.

Reivindicação do setor

Também no mês de novembro, a APAS protocolou ofício à Secretaria da Fazenda do Estado, nas figuras do secretário, Renato Vilela, e do coordenador adjunto, Fernando Mendroni.

O pedido da Associação refere-se à isenção do ICMS para o óleo vegetal e os açúcares cristal e refinado. Na reunião, a entidade foi representada pelo presidente, Pedro Celso, pelo vice-presidente e deputado estadual, Orlando Morando, e pelo Jurídico.

Segundo informações da Fiesp, da Associação Brasileira das Indústrias de Óleo Vegetal e do Departamento de Estudos Socioeconômicos Rurais, o estado de São Paulo é o maior produtor de açúcar do Brasil. Apenas no ano passado foram produzidas 21 milhões de toneladas e exportadas 15 milhões. O produto representa 1% do total de vendas dos supermercados.

No que tange ao óleo de soja, o Brasil é o quinto maior produtor do mundo e o maior em envase e refino. São produzidas 8 milhões de toneladas e o país exporta 1,4 milhões (dados de 2015, atualizados até outubro). O produto representa 1,3% do total de vendas dos supermercados.



Vinte anos de história e tradição

Consolidado ao longo dos anos, Troféu Ponto Extra homenageou os fornecedores e executivos que auxiliam o setor no melhor atendimento aos consumidores

O Troféu Ponto Extra completou 20 anos. E a comemoração foi com emoção e sucesso junto aos personagens que mais contribuem para a cadeia do abastecimento: supermercadistas e fornecedores, que celebraram na tradicional Sala São Paulo, na capital paulista.

Alcançar a 20ª edição implica em um longo caminho percorrido, que trouxe maturidade e consolidou o evento anual da APAS como o principal no reconhecimento ao trabalho às indústrias e aos prestadores de serviço, ambos fornecedores

dos supermercados, e aos profissionais que nela atuam. O sucesso também é fruto do estreito relacionamento entre todos esses segmentos.

A premiação elegeu os melhores fornecedores em 25 categorias (confira nesta reportagem os vencedores) e ainda contou com três homenagens especiais. Fernando Fernandes, presidente da Unilever Brasil, foi escolhido como o Melhor Executivo do Ano. “Os associados da APAS estão me presenteando com um dos momentos mais gratificantes da minha



A APAS homenageou os fornecedores e executivos na tradicional Sala São Paulo

Vencedores

- **Carnes** – JBS
- **Equipamentos Leves** – Toledo
- **Equipamentos Pesados** – NSF
- **Meios de Pagamento** – Rede
- **Fornecedor do fornecedor** – Tetra Pak
- **Suprimentos e Embalagens** – RR Etiquetas
- **Transportes** – Volkswagen Caminhões e Ônibus
- **FLV** – Benassi
- **Gestão e Automação** – Arius
- **Serviços Financeiros** – Rede
- **HSB** – Unilever
- **Percíveis Lácteos** – Vigor
- **Mercearia Doce** – Nestlé
- **Bebida Não Alcoólica** – Mondēlez
- **Cerveja** – Ambev
- **Limpeza** – Unilever
- **Pet Food** – Nestlé
- **Mercearia Salgada** – Pepsico do Brasil
- **Percíveis Congelados** – Unilever
- **Leite Longa Vida** – Italcac
- **Bebida Alcoólica** – Asteca Hinomoto e Brown-Forman
- **Bazar** – P&G
- **Percíveis Resfriados** – BRF
- **Refrigerantes** – Coca-Cola Femsa
- **Melhor Anúncio Trade** – 3corações

carreira. O nosso grande parceiro para tornar isso realidade é o varejo brasileiro, local em que nossas marcas ganham vida ao serem escolhidas pelo consumidor”, disse.

A opinião do executivo é compartilhada pela diretora comercial da Rede, Andrea Carpes Blanco, que ganhou o troféu Melhor Executiva de Vendas do Ano. “Tenho muito orgulho do espaço cada vez maior que temos conquistado e me sinto ainda mais estimulada a continuar buscando a proximidade junto a essa importante Associação. Credito esse prêmio à franqueza e à transparência com as quais tenho me dedicado para construir uma relação de parceria e credibilidade com os associados da APAS.”

O Troféu Ponto Extra também conta com uma merecida homenagem ao Supermercadista do Ano. Em 2015, o tributo

foi ao senhor Angelo Sanzovo, um dos fundadores da APAS e também da rede Jáú Serve, que conta com 31 lojas no interior do estado. O supermercadista é membro do Conselho Consultivo da APAS.

“Obrigado por esta homenagem tão importante. Quero dividi-la com todos os diretores e colaboradores da família Jáú Serve. Sintam-se homenageados também. A APAS e todos vocês, supermercadistas, têm honrado, ao longo desses anos, todos os fundadores que, como eu, ajudaram na construção desta forte Associação que tão bem nos representa”, afirmou Sanzovo.

Confira nesta página a lista completa dos vencedores, que também pode ser visualizada no portal oficial do evento: www.trofeupontoextra.com.br.



1



2



3



4



5



6



7



1. O senhor Angelo Sanzovo e família comemoram a homenagem de Supermercadista do Ano | 2. Os presidentes da ABRAS e da APAS, Fernando Yamada e Pedro Celso, e Esther Gonçalves, diretora de Responsabilidade Social da APAS, entregaram o troféu de Melhor Executivo do Ano para Fernando Fernandes, presidente da Unilever Brasil | 3. Erlon Ortega, vice-presidente da APAS, entrega o troféu para o representante da JBS (Categoria Carnes) | 4. Pedro Lopes Brandão e Marcelo Torres Nunes, vice-presidente da APAS e diretor da Regional Vale do Paraíba, entregam o troféu para o representante da Toledo do Brasil (Categoria Equipamentos Leves) | 5. Aparecido da Silva Pires, diretor da Regional Presidente Prudente, entrega o troféu para o representante da NSF (Categoria Equipamentos Pesados) | 6. Leandro Galeote, diretor da Distrital Leste, entrega o troféu para a representante da Rede (Categoria Meios de Pagamento) | 7. Ronaldo dos Santos, vice-presidente da APAS, entrega o troféu para a representante da Tetra Pak (Categoria Fornecedor) | 8. Omar Abdul Assaf e Emerson Svizzero, vice-presidente da APAS e diretor da Regional Bauru, realizam a entrega simbólica do troféu para a RR Etiquetas (*Não compareceu à premiação) | 9. Aparecido Omote, vice-presidente da APAS, entrega o troféu para o representante da Volkswagen MAN (Categoria Transportes) | 10. Paulo Pompilio, vice-presidente da APAS, entrega o troféu para o representante da Benassi (Categoria FLV) | 11. José Flávio Fernandes e Reinaldo Brait, vice-presidente da APAS e diretor da Regional Campinas, entregam o troféu para o representante da Arius (Categoria Gestão e Automação) | 12. Ronaldo dos Santos e Marcos Tozi, vice-presidente da APAS e diretor da Regional Sorocaba, entregam o troféu de Melhor Executiva de Vendas do Ano para Andrea Carpes Blanco, diretora comercial da Rede | 13. João Galassi, presidente do Conselho Deliberativo da APAS, entrega troféu para a representante da Unilever (Categoria Higiene Saúde e Beleza) | 14. Alexandre Uzuelli, diretor da Regional Osasco, entrega o troféu para o representante da Vigor (Categoria Percíveis Lácteos)



15. Omar Ahmad Assaf, membro do Conselho Deliberativo da APAS, entrega o troféu para o representante da Nestlé (Categoria Mercearia Doce) | 16. Ronaldo dos Santos, vice-presidente da APAS, entrega o troféu para o representante da Mondelêz (Categoria Bebida Não Alcoólica) | 17. João Sanzovo, vice-presidente da APAS, entrega o troféu para o representante da Ambev (Categoria Cervejas) | 18. Sergio Samano e Nelson Barbosa, diretores da Distrital Sul e Regional Guarulhos, entregam o troféu para a representante da Unilever (Categoria Limpeza) | 19. Renato Gaspar Martins e Antônio Carlos Colatto, vice-presidente da APAS e diretor da Regional Marília, entregaram o troféu para o representante da Pepsico do Brasil (Categoria Mercearia Salgada) | 20. Chalim Savegnano, vice-presidente da APAS, entrega o troféu para a representante da Italc (Categoria Leite Longa Vida) | 21. Rogério Montolar, vice-presidente da APAS, entrega o troféu para a representante da Nestlé (Categoria Pet Food) | 22. Carlos Ely e Antônio Marcos Rogetta, vice-presidente da APAS e diretor da Regional São José do Rio Preto, entregam os troféus para os representantes da Asteca Hinomoto e Brown-Forman (Categoria Bebida Alcoólica) | 23. Orides Russi, membro do Conselho Consultivo da APAS, entrega o troféu para o representante da Unilever (Categoria Perecíveis Congelados) | 24. Omar Abdul Assaf, vice-presidente da APAS, entrega o troféu para o representante da P&G (Categoria Bazar) | 25. Marcelo Luis Nicoluci, vice-presidente da APAS, entrega o troféu para o representante da 3corações (Categoria Melhor Anúncio Trade) | 26. José Eduardo de Carvalho, diretor da APAS, entrega o troféu para o representante da BRF (Categoria Perecíveis Resfriados) | 27. Aurélio Mialich, vice-presidente da APAS, entrega o troféu para a representante da Coca-Coca Femsa (Categoria Refrigerantes)





Evento Família 2015: recorde de supermercados

O fim de semana em Mogi das Cruzes contou com 650 participantes, que representaram 170 supermercados, de 70 cidades do estado

O Evento Família foi idealizado com o objetivo de proporcionar um fim de semana diferente aos associados – dias para sair um pouco da rotina de trabalho e interagir com outros supermercadistas, sempre com muita diversão e práticas esportivas. Neste ano, o evento foi realizado em novo local, o Hotel Paradise Golf & Convention, em Mogi das Cruzes, e contou

com recorde de supermercados participantes: um total de 170, sediados em 70 cidades de todo o estado. Ao todo, o Evento Família foi prestigiado por 650 pessoas.

O Evento Família ainda trouxe outras novidades aos associados, como a Clínica de Vôlei, que contou com a participação do time profissional Molico/Nestlé, e a de Golfe. “Tive a experiência



em praticar o golfe e confesso: achei que fosse mais fácil e menos cansativo. É um esporte bem legal. Parabéns à APAS”, elogiou o vice-presidente da entidade, Orlando Morando.

Os supermercadistas também participaram da Clínica de Tênis, ministrada pelo comentarista do canal SporTV, Dácio Campos, e do já tradicional torneio de futebol com ex-jogadores profissionais, que, nesta edição, teve como participantes Velloso (Palmeiras), Axel (Santos e São Paulo), Ronaldo Giovanelli (Corinthians) e Silas (seleção brasileira). Por fim, os comediantes Igor Guimarães e Mhel Marrer animaram as famílias com um show de stand-up comedy durante o grande jantar do sábado, 14 de novembro.

Patrocínios de peso

O Evento Família 2015 teve patrocínio das empresas Nestlé, Alelo, Rede, e da revista SuperVarejo. O vice-presidente da Nestlé, Ricardo Citrângulo, destacou a importância de participar do fim de semana dos supermercadistas pelo quarto ano. “Começamos com a marca Garoto e, agora, estivessemos com a Família Nestlé toda reunida. Fico muito feliz de prestigiar o evento e, neste ano, trazer o nosso time de vôlei, também uma parceria de anos com as nossas marcas.”

Confira na página da APAS, no Flickr, a galeria completa de fotos do evento: https://www.flickr.com/photos/apas_2014/albums.



Diretoria da APAS apoia a Campanha Novembro Azul e uma caminhada também estimulou a reflexão sobre o tema



Pesquisa da APAS sobre a expectativa de vendas para o Natal

O cenário econômico desacelera as vendas, que devem ter crescimento abaixo do esperado, na ordem de 8%, em relação a 2014

As vendas dos supermercados paulistas para este Natal terão um crescimento nominal de 8% em relação ao ano passado. Apesar do aumento, o número é considerado insatisfatório pela APAS, uma vez que o setor sempre apresentou crescimento expressivo nos últimos anos.

“Embora o cenário seja de desaceleração, entre as demais atividades econômicas, o desempenho tenderá a ser superior, até mesmo quando comparado com o desempenho do PIB brasileiro para 2015, que está projetado para uma queda de -2% a -3%”, explica o gerente de Economia e Pesquisa da APAS, Rodrigo Mariano.

Para a Associação, os dados demonstram que as crises política e econômica, somadas à desarticulada atuação da política econômica do governo federal, têm impactado o varejo brasileiro.

Mariano acredita que o desempenho para os meses de novembro e dezembro deverá ser moderado. “Até setembro, o setor apontou crescimento nominal de 6,22% e crescimento real de -1,61% no acumulado de janeiro a setembro (deflacionado pelo IPS). Em 2015, o desempenho geral do setor terá crescimento real de -1% a -1,5% ante 2014.”

Cesta de Natal deve ficar 10% mais cara

A análise de alguns dos itens mais comprados para as festas de final de ano:

Chocotone: o aumento registrado em relação a 2014 está entre 7% a 10% e as vendas devem ter alta de 10% este ano;

Peru: o preço teve alta de 4,29% em outubro, comparado ao mês anterior, indicando o início do aumento dos preços devido às proximidades das festas de fim de ano. O reajuste deve chegar a 7%;

Chester: durante 2014, os preços se mantiveram estáveis e, para este ano, a expectativa é de alta entre 7% e 10%;

Castanhas e nozes: a alta dos preços será em torno de 7%;

Frutas secas: a estimativa é de aumento de 10%;

Espumantes: em 2014, os espumantes registram alta de



Consultoria gratuita

A APAS oferece diversos serviços de consultoria e assessoria gratuitos. Um deles está relacionado à área de Economia e Pesquisa, a partir de trabalhos, estudos, análises e relatórios, cujo foco é orientar a atuação dos associados para a estratégia dos negócios. Emerson Araújo dos Santos, diretor do mercado Compre Bem, de Penápolis, interior do estado, destacou a importância da consultoria.

“Eu já trabalhei em uma grande rede, e há dois anos tenho a minha pequena loja. Então, eu tinha muitas dúvidas, por exemplo, queria quantificar a produtividade dos colaboradores e quanto cada um poderia contribuir para o negócio. Às vezes, procuramos o Sebrae, porém, a orientação é muito abrangente e, no caso da APAS, é bem específico para nosso negócio, ou seja, supermercados. Fiquei muito contente e indicaria a outros associados”, elogia.

7% no período de janeiro a outubro. A expectativa para o fim de ano é de alta nos preços de 10%;

Azeite e outros condimentos: o preço do azeite caiu 13,4% de janeiro a outubro. Nos meses de novembro e dezembro deve ocorrer alta, em torno de 15%, principalmente em função da alta do dólar.

Confira as tabelas dos índices APAS em nosso portal: www.portalapas.com.br. O material é atualizado mensalmente.

AJUDE A CONHECER O NOSSO MERCADO.

**PESQUISA
SALARIAL 2016**

APAS
ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS

Fique atento e participe!

Em breve vamos realizar a quinta edição da Pesquisa Salarial e contamos com você.

Participe da Pesquisa Salarial 2016 e conheça números fundamentais do nosso setor.

Participando da Pesquisa Salarial 2016, você poderá:

- Avaliar a rotatividade de funcionários da sua loja;
- Implementar uma política mais justa de salários e benefícios;
- Melhorar o desenvolvimento profissional dos seus colaboradores.



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



www.docile.com.br

www.dociblog.com.br

 facebook.com/docilealimentos



Acreditar Desejar Realizar

Acredite porque, para quem acredita, tudo pode acontecer num passe de mágica. Deseje porque, com uma pitada de desejo, todo sonho se torna mais delicioso. Realize porque realizar é transformar crenças e desejos em um lindo presente.

Que venha 2016 e que traga de presente muitas e doces realizações.

