

O CANAL DO SUPERMERCADISTA DE SÃO PAULO | ANO 1 • EDIÇÃO Nº 3 • JULHO 2011

# ACONTECE APAS

## » UM BRINDE AO ASSOCIADO

*Caravana de São José do Rio Preto esteve em São Paulo para conhecer a sede da APAS e visitar referências do varejo na cidade: o Hipermercado Andorinha e o Natural da Terra*



» APAS abre as portas para hortifrúti, sacolões e varejões

» Escola APAS inicia projeto de treinamento a distância

» Novos convênios facilitam negócios para os associados

# AGORA A APAS TEM A E•SUPER, A ESCOLA DIGITAL DE SUPERMERCADOS.

CURSOS DE CAPACITAÇÃO COM A  
PRATICIDADE DA INTERNET.

A Escola APAS, com a parceria do IGA e patrocínio da Femsa, oferece aos Associados APAS cursos on-line por meio da **e•super**, Escola Digital de Supermercados.

## CONFIRA ALGUMAS DAS VANTAGENS DE INVESTIR EM CURSOS ON-LINE:

- Conveniência e redução de custos para treinar sua equipe
- Vagas ilimitadas e exclusivas para Associados APAS
- Agilidade para concluir diversos cursos em pouco tempo
- Desconto especial no 1º ano de adesão ao programa

SAIBA SOBRE OS CURSOS DISPONÍVEIS E COMO INSCREVER SEUS COLABORADORES.  
ACESSE [WWW.ESUPERMERCADOS.COM](http://WWW.ESUPERMERCADOS.COM)

Se a sua empresa ainda não é Associada APAS, não perca essa e muitas outras oportunidades. Associe-se agora. Entre em contato pela Central de Relacionamento, (11) 3647-5000, ou escreva para [esuper@apas.com.br](mailto:esuper@apas.com.br).



Escola Digital de Supermercados 

Patrocínio



Apoio



ESCOLA APAS  
ESCOLA DIGITAL DE SUPERMERCADOS

Administração  
e Realização





**Presidente:** João Galassi  
**1º Vice-presidente:** Chalim Savegnago  
**2º Vice-presidente:** Carlos Alberto Binato  
**3º Vice-presidente:** Ronaldo dos Santos  
**Vice-presidentes:** Aparecido Omote, Amauri Gouveia, Antonio Gandra, Armando Almeida, Aurélio José Mialich, Carlos Ely, Dinis Dias, Domingos Felipe Bergamini, Edivaldo Bronzeri, Eduardo Kawakami, Jad Zogheib, José Carlos Novellini, José Flavio Fernandes, Marcio Milan, Omar Ahmad Assaf, Pedro Celso Gonçalves, Pedro Lopes Brandão, Roberti Catricala, Roberto Longo Pinho Moreno  
**Delegado junto à Abras:** Omar Abdul Assaf  
**Superintendente:** Carlos Corrêa

**Diretorias Regionais**

**Araçatuba:** Carlos Fernandes Felipe  
**Baixada Santista:** Carlos Varandas  
**Bauru:** Erlon Ortega  
**Campinas:** Alexandre Ferrato  
**Marília:** Plácido Messias Filho  
**Presidente Prudente:** Pedro Nicoluci  
**Ribeirão Preto:** Tiago Albanezi  
**São José do Rio Preto:** Renato Martins  
**Sorocaba:** Joel Siqueira  
**Vale do Paraíba:** Fernando Shibata

**Diretorias Distritais**

**Leste:** Sílvio Alves  
**Oeste:** José Eduardo de Carvalho  
**Sul:** Alessandro Ibiapina



Revista institucional da Associação Paulista de Supermercados

**Diretor:** Orlando Morando Júnior  
**Editor:** Joaquim Ferreira  
**Coordenação editorial:** Fernanda Junqueira  
**Reportagem:** Neide Martingo e Juliana Carlos  
**Fotografia:** Eliane Cunha, Paulo Pepe e Arquivo APAS  
**Produção:** Promovisão • www.promovisao.com.br  
**Diagramação:** Paulo Garcia  
**Revisão:** Bia Nunes de Sousa  
**Produção gráfica:** Fernanda Pieroni  
**Impressão:** Ibep Gráfica. Acontece APAS é uma publicação institucional da APAS – Associação Paulista de Supermercados, distribuída gratuitamente aos associados. Os artigos assinados não refletem, necessariamente, a opinião da Associação.  
**Tiragem:** 7.000 exemplares  
**Para anunciar:** Tel.: (11) 3647-5027 ou comercial@promovisao.com.br  
**Sugestões e críticas:** imprensa@apas.com.br ou (11) 3647-5000  
**Acesse:** www.portalapas.org.br  
**Siga-nos:** www.twitter.com/infoapas

# Portas abertas ao associado

*Recebemos com muito prazer a caravana de supermercadistas da Regional São José do Rio Preto e esperamos os associados de outras regiões*



Brilhante a iniciativa da Diretoria de Apoio e Relacionamento com o Associado, muito bem conduzida por Aurélio Mialich e Roberti Catricala, de trazer os associados de todas as regiões para conhecer a nossa sede, com o apoio do diretor de Regionais e Distritais, Palimércio de Luccas.

Receber aqui em São Paulo a caravana de São José do Rio Preto foi um grande prazer. Mobilizamos todo o time de colaboradores para apresentar o funcionamento da entidade, falar dos projetos em andamento, entender o que cada supermercadista espera da diretoria eleita para representá-lo e falar do papel institucional da APAS.

A recepção organizada pela sede foi uma pequena retribuição ao carinho e à atenção que esses associados, juntamente com a diretoria regional, dedicam à APAS e aos projetos que visam aprimorar o associativismo.

As reuniões abertas iniciadas em São José do Rio Preto há alguns anos, agora coordenadas com entusiasmo pelo diretor regional, Renato Martins, motivaram essa ação, que recebeu o apoio do presidente da Bebidas Poty, José Luiz Franzotti, parceiro dos supermercadistas da região e patrocinador da viagem.

Embora tenhamos uma diretoria eleita, que se reúne mensalmente, promove reuniões abertas e desenvolve projetos em benefício do setor, queremos que os associados tenham a APAS como sua e venham participar dos debates que visam encontrar soluções eficazes para as demandas cotidianas dos supermercados.

Esta é a casa do associado e entendemos que este envolvimento nos aproxima e fortalece. Ao conhecer a APAS e entender seu funcionamento, os associados vão perceber também o quanto é importante participar das discussões de assuntos do interesse de todo o mercado. Quanto mais empresários supermercadistas atuarem na entidade, mais ela ganha força para retribuir em benefícios para a sociedade.

Esperamos todos vocês.

Boa leitura.

**João Galassi**

## Sumário

<b>Mensagem do Presidente</b> ..... <i>pág. 3</i>	<b>Capa</b> ..... <i>pág. 8</i>
<i>Portas abertas ao associado</i>	<i>O associado em sua casa</i>
<b>Regionais</b> ..... <i>pág. 4</i>	<b>Perfil</b> ..... <i>pág. 13</i>
<b>Diretorias</b> ..... <i>pág. 6, 11</i>	<i>Fernanda Lopes Farinha: ousadia nas pistas e na área de vendas</i>
<b>Espaço Aberto</b> ..... <i>pág. 7</i>	<b>Lazer/Viagens</b> ..... <i>pág. 14</i>
<i>Ricardo Bomeny: franquias crescem nos supermercados</i>	<i>Caldas Novas: água quente trata e disfarça o inverno</i>

## Zona norte e ABC ganham reforço

*APAS contrata executiva para desenvolver trabalho específico nessas regiões e aprimorar atendimento ao associado*

Os supermercadistas associados da zona norte da capital paulista e ABC, reunidos na Distrital São Paulo, terão atendimento especializado a partir de agora. A APAS contratou no início de junho a executiva Ellen Pereira Silva Fagundes para essa missão. Ela passou por treinamento e já tem conhecimento da meta arrojada, estabelecida para o segundo semestre deste ano.

Entre as funções da nova executiva está aumentar o número de associados e fazer com que eles utilizem cada vez mais os serviços oferecidos pela APAS. “Os associados precisam saber sobre os convênios, cursos e assessorias, como a jurídica e a fiscal, que ajudarão no dia a dia”, diz o diretor de Regionais e Distritais APAS, Palimércio de Luccas.

Para que se faça um bom trabalho, segundo Palimércio, São Paulo foi dividida em seis partes: Norte, Sul, Centro Expandido, Leste, Oeste e ABC. “A zona norte paulistana merece ser mais bem explorada, em razão do seu grande potencial, com várias empresas supermercadistas de sucesso”, detalha.



Elaine Cunha

Palimércio de Luccas: regiões serão melhor exploradas

## Escola APAS inicia E-Super para capacitação a distância

*O pioneiro na utilização do projeto é o Supermercado França, de São Carlos, que pertence à Regional Ribeirão Preto*



Divulgação

O associado Nivaldo França (à direita) e os colaboradores Aline, Michelle e Anderson: pioneirismo no treinamento a distância

O associado Nivaldo Constantino de França surpreendeu seus pares pela ousadia. Ao tomar conhecimento do projeto E-Super, parceria da APAS com o IGA Coca-Cola para treinamento a distância, o supermercadista de São Carlos imediatamente percebeu que poderia oferecer aos clientes do Supermercado França um atendimento de melhor qualidade. Para isso adquiriu um computador

específico para operar a ferramenta E-Super e treinar seus colaboradores. Na adesão, o supermercadista obteve 50% de desconto.

“É difícil pedir para os funcionários fazerem os cursos e ficar sem pessoal na loja, que é pequena e precisa das equipes. Com o computador, os funcionários fazem os cursos durante o horário de trabalho e voltam às suas funções. O bom é que, se surgirem dúvidas, é possível esclarecer logo, no dia a dia”, afirma França.

Entre os vários pontos abordados no curso Atendimento ao Cliente 1 estão comportamento e postura do funcionário, a abordagem aos clientes e a aparência. “Todos os funcionários farão os cursos que quiserem. É bastante positivo participar das aulas voltadas às áreas de açougue e padaria, por exemplo, mas também daquelas dirigidas aos gerentes – eles saberão como agir e vão melhorar o currículo. Depois deste, todos farão o curso Atendimento ao Cliente 2”.

## Rede Pague Menos anima Campinas em inauguração de loja

Com a bênção do padre Alcindo e o show da dupla sertaneja Cezar e Paulinho, a rede Pague Menos inaugurou duas lojas em Campinas: uma em 31 de maio na Vila Pompeia, e outra em 5 de julho no distrito de Barão Geraldo.

Com essas inaugurações, a empresa soma 15 lojas. No jantar de inauguração da unidade da Vila Pompeia, no dia 31, estiveram presentes 1.300 pessoas, entre fornecedores e

empresários da região. A festa foi realizada no Via Appia Eventos, em Valinhos. “A ideia é expandir a marca Pague Menos”, diz o diretor Laerte Santichio. A rede, com sede em Nova Odessa, abriu a primeira unidade há 21 anos, em Santa Bárbara d’Oeste.



Padre Alcindo, na loja de Vila Pompeia: bênção à expansão do negócio



A dupla Cezar e Paulinho com Laerte Santichio e a esposa Adriana Pereira: inauguração com música

Foto: divulgação

## Dúvidas com a Receita Federal?

Vida de supermercadista não é fácil. Além de atender bem os clientes e não deixar faltar nada na gôndola, eles têm que entender também de administração e gestão de negócios. Por isso, no dia 15 de junho foi realizada uma reunião sobre as Obrigatoriedades Fiscais da Secretaria da Fazenda e da Receita Federal, para os associados da APAS Distrital Oeste. Na oportunidade, foram apresentados também os detalhes do convênio Soluções Fiscais, fruto de uma parceria entre a APAS e a empresa J&W Informática.

“São muitas as dúvidas dos associados. No encontro, os supermercadistas puderam tirar as dúvidas sobre o SPED Fiscal – Escrituração Fiscal Digital, assunto que poucos dominam. Os associados aprenderam, por exemplo, como receber uma nota fiscal corretamente e também validar um arquivo XML”, diz o diretor da APAS Distrital Oeste, José Eduardo de Carvalho. “Os supermercadistas recebem mercadoria constantemente e encontram dificuldades no cumprimento dessas novas exigências.”

Entre os 25 participantes da reunião estava o *controller* do Supermercado Violeta, Anderson de Lima Marques. Para ele, o evento simplificou bastante o assunto. “Para o supermercadista, a atualização é imprescindível. Ao participar da reunião, comprovei que eu estava no caminho certo no que se refere à validação das notas fiscais. Na verdade, formei uma opinião: o arquivo XML evita erros nos lançamentos das notas. Antes dele, as informações eram ‘interpretadas’. Agora, os códigos organizaram os processos”, completou.



José Eduardo (em pé) na reunião: tecnologia e gestão eficiente

*CONVÊNIOS E OPORTUNIDADES*

# Bons parceiros, bons negócios!

*APAS oferece aos associados três novos convênios,  
nas áreas de transporte, saúde e meio ambiente*



Novas oportunidades de negócios em transporte, saúde e meio ambiente. Esta é uma das boas notícias que a área de Convênios da APAS traz para os associados.

O vice-presidente e diretor de Convênios e Oportunidades, Eivaldo Bronzeri, destaca a parceria firmada com a Iveco Caminhões. A fabricante oferece um desconto que fica entre 10% e 25%, em cada caminhão, em relação aos valores praticados no mercado – dependendo do modelo do veículo.

“Todos os supermercadistas associados, no Estado de São Paulo, já podem procurar as regionais mais

próximas para usufruir do convênio. É um assunto que se tornou prioridade no segmento, já que o setor de supermercados está em pleno crescimento, e com isso surge a necessidade de renovar a frota. Isso significa melhor qualidade de trabalho para toda a equipe”, afirma Bronzeri.

A saúde é outro tema de grande interesse dos supermercadistas, empenhados em oferecer melhores condições de trabalho aos seus funcionários. Por isso, a APAS assinou um convênio com a Intermédica Saúde, que atende 77% da base associativa. A princípio, o convênio está disponível para as Distritais Leste, Oeste, Sul e São Paulo (Norte e ABC) e as Regionais Baixada Santista, Campinas e Sorocaba. As negociações com outras empresas de saúde estão adiantadas, para que os demais associados sejam atendidos. “Os associados da APAS vão pagar menos em relação aos preços do mercado. É uma segurança que o varejista pode oferecer à equipe”, afirma Bronzeri.

## Sacolas reutilizáveis

As sacolas reutilizáveis, um dos grandes temas deste ano para o setor, também ganharam prioridade na área de Convênios. Como o uso das atuais sacolas plásticas tem data para terminar (janeiro de 2012), os varejistas precisam dar opções aos consumidores.

Por isso, a APAS fez parceria com fabricantes de sacolas reutilizáveis, para que a demanda de todo o Estado seja atendida. De acordo com Bronzeri, serão necessárias pelo menos 40 milhões dessas sacolas – em média uma para cada habitante de São Paulo, num primeiro momento. Os materiais são de rafia, PET e TNT, entre outros. “Os produtos oferecem qualidade, acima de tudo. As sacolas terão preços bem acessíveis para os associados”, ressalta o diretor. Essa parceria também já está à disposição dos associados.

# Franquias crescem nos supermercados

O segmento de franquias do Brasil encerrou o ano de 2010 com um crescimento de 20,4% em relação ao ano anterior. O número foi maior do que as expectativas do setor, que esperava um crescimento de 14% a 19%. O estudo foi realizado pela Associação Brasileira de Franchising (ABF) com 1.855 marcas de franquias atuantes no País.

O faturamento total alcançou no ano passado a marca de R\$ 75,9 bilhões. O número de redes em operação no País cresceu 12,9% e o número de unidades (franqueadas e próprias) chegou a 86.365, que significa um incremento de 8% em relação ao ano anterior. Essa expansão resultou na abertura de mais de 57 mil novos postos de trabalho. O setor é responsável hoje por mais de 777 mil empregos diretos.

O setor de franquias é o quarto maior mercado de franquias do mundo, sendo 24% de *share* no faturamento do varejo brasileiro. Atualmente 50% do mix de lojas estão estabelecidas em shoppings centers e 80% das lojas de praças de alimentação em shoppings novos são operações franqueadas.

A busca por maior rentabilidade em função de margens apertadas e aumento da concorrência tem feito com que os supermercados procurem novas alternativas e a gestão profissionalizada de galerias comerciais tem se mostrado uma das principais alavancas de resultados para o setor.

Os espaços ociosos ou pouco rentáveis nas áreas dos supermercados vêm ganhando importância estratégica no crescimento das redes e transformando-se em verdadeiros centros de compras. As galerias comerciais



Ricardo Bomeny,  
presidente da  
Associação Brasileira  
de Franchising

surgem como espaços alternativos viáveis para se estabelecer negócios varejistas ou de prestação de serviços. Como consequência do desenvolvimento e da gestão de galerias comerciais, os benefícios esperados pelos supermercadistas são inúmeros, entre eles o aumento da oferta de produtos e serviços aos clientes, com apelo de conveniência e comodidade; o aumento da frequência de visitação e fidelização dos clientes no estabelecimento; melhor aproveitamento dos espaços internos, com maior rentabilidade por m<sup>2</sup> quando comparado às margens auferidas pelo setor; fonte adicional de geração de receitas e possibilidade de *cross selling* com determinadas operações das galerias.

Já para o lojista que loca espaços em galerias, são inúmeras as vantagens sobre os shoppings centers. Entre eles os custos operacionais mais baixos; maior segurança e maior facilidade de estacionamento, além do aproveitamento do fluxo de clientes do supermercado.

O consumidor também sai ganhando com a possibilidade de fazer todas as suas compras em um único local (*one stop shop*), com comodidade e conveniência. Nesse cenário, as operações de *franchising* aparecem como as melhores alternativas para ocupar os espaços ofertados pelos supermercadistas nas suas galerias comerciais e, com isso, tendem a ter sua marca reconhecida nacionalmente.



# O associado em sua casa

*Caravana de 19 supermercadistas e três fornecedores da Regional São José do Rio Preto conhece a sede da APAS em São Paulo e faz programa de visita técnica ao Hipermercado Andorinha e ao Natural da Terra*

De portas abertas. Assim é a APAS para seus associados. Por iniciativa da Diretoria de Relacionamento com o Associado, teve início o Projeto Caravana APAS, que consiste em trazer supermercadistas do interior para conhecer sua casa em São Paulo.

A primeira caravana trouxe 19 supermercadistas associados de São José do Rio Preto e região, em 29 de junho. O dia foi marcado por diversas atividades com o objetivo de tornar a experiência agradável e descontraída, agregando conhecimentos e aprimorando ainda mais o relacionamento dos associados com a APAS.

O grupo de visitantes veio das cidades de Catanduva, Catiguá, Colina, Cosmorama, Guapiaçu, Icém, Mirassol, Monte Aprazível, Severínia, União Paulista, Votuporanga e Frutal (MG), além de São José do Rio Preto. Logo pela manhã do dia 29 de junho, o grupo desembarcou no Aeroporto de Congonhas e foi recepcionado calorosamente pela equipe APAS. Às 8 horas, eles chegaram à sede da entidade para o café da manhã.

O diretor de Apoio e Relacionamento com o Associado, Roberti Catricala, e a executiva da APAS Regional São José do Rio Preto, Márcia Vollet, acompanharam os associados na viagem, que teve o patrocínio da Indústria de Bebidas Poty, de Potirendaba.

Os responsáveis pela ação são os vice-presidentes e diretores de Apoio e Relacionamento com o Associado, Roberti Catricala e Aurélio Mialich. “É importante que o associado conheça os benefícios que a entidade oferece, para que se sinta mais inserido na APAS”, explica Mialich. “Nossa intenção com esse projeto é diminuir a distância entre a entidade e seus associados”, completa Catricala. As boas-vindas foram dadas pelo superintendente, Carlos Corrêa, que destacou a ação da caravana como a essência do corporativismo. “Agradeço por vocês estarem aqui, pois sei que não é fácil ter que se ausentar das atividades diárias e de suas lojas. Queremos que vocês deem sugestões para poder ajudá-los. Está claro para nós que são vocês, associados, que fazem a APAS.”

Após o café, a equipe do Espaço APAS Centro de Convenções levou a caravana para conhecer as instalações do prédio da entidade, seguido por uma apresentação dos departamentos, projetos e das ações de seus gestores. Na área de Convênios, por exemplo, o vice-presidente e diretor Edivaldo Bronzeri apresentou a campanha “Vamos Tirar o Planeta do Sufoco” e o projeto piloto desenvolvido no ano passado em Jundiaí, e falou sobre os investimentos realizados pela APAS para os consumidores com as ações de substituição das sacolas plásticas nos supermercados.

O presidente da APAS, João Galassi, recebeu os associados para um almoço e ouviu sugestões de melhoria dos projetos da entidade e de todo o setor supermercadista, incluindo oferecer um modelo de gestão de Recursos Humanos para que os colaboradores de lojas coloquem em prática aquilo que aprenderam em cursos e treinamentos. “Estou muito feliz em recebê-los e de dar início ao Projeto das Caravanas, por meio da Diretoria de Relacionamento com o Associado. Queremos fazer com que nossa entidade seja reconhecida pelos próprios associados. Aqui vocês podem se sentir em casa”, afirmou Galassi.

## Comitiva visita Andorinha e Natural da Terra

Dois exemplos de excelência de diferentes formatos marcaram as visitas dos supermercadistas da Regional São José do Rio Preto. Primeiro, foram conhecer o Andorinha Hipermercado, na zona norte da capital, fundado há 37 anos e administrado pelos irmãos Gouveia, e se surpreenderam com a operação, o atendimento, a inovação e o layout. Depois, foram ao Natural da Terra, unidade Moema, na zona sul, rede de hortifrúti e mix selecionado de produtos e serviços, aberto em 2001, com sete lojas em São Paulo. Raphael Gouveia, diretor de Operações e Soluções do Andorinha, mostrou os diferenciais do hipermercado, como o açougue – dividido em “Carne Ouro” e “Carne Prata” –, a padaria e o hortifrúti. Os associados do interior de São Paulo ficaram impressionados com o “gigantismo” do empreendimento, que inclui um shopping center, com lojas de roupas, sapatos, ótica, bancos, cosméticos, entre outros serviços. Fabiano Laureano Pinto, do Supermercado Nascimento, de Guapiaçu, percebeu a proximidade do Andorinha com os clientes. “É muito importante estar próximo dos clientes e dos nossos funcionários”, disse, ao conhecer o estoque e as câmaras resfriadas que armazenam produtos perecíveis e congelados. Para ele, a visita foi importante, pois a realidade do interior é bem diferente da realidade da capital.

Já na segunda visita, o grupo foi recepcionado por Regislano de Oliveira, gerente do Natural da Terra Gourmand, um conceito inovador em padaria, confeitaria, rotisseria e lanchonete.



Tamanho do Andorinha surpreende os supermercadistas



No Natural da Terra, grupo conheceu formato diferenciado

Omar Ahmad Assaf, vice-presidente do Conselho Deliberativo e diretor de Mercado da APAS, presente nesse dia, contou como foi o processo de aquisição do terreno e construção do prédio da entidade, inaugurado em 2000. Já o presidente do Conselho Deliberativo e diretor de Sustentabilidade, João Sanzovo Neto, falou sobre as iniciativas de preservação ambiental desenvolvidas pela diretoria da entidade.

O presidente Galassi agradeceu também ao empresário José Luiz Franzotti, da Bebidas Poty. “Queremos desenvolver fornecedores regionais. A pulverização

do mercado é boa para todos nós”, completou. Antes do almoço, o presidente Galassi fez um brinde a todos para celebrar o encontro.



José Luiz Franzotti (Bebidas Poty) e João Galassi: foco no mercado regional

## Opinião

*“Gostei bastante das informações que os gestores transmitiram à caravana de supermercadistas. Os cursos e os convênios oferecidos são fundamentais para o nosso trabalho. É bom saber que somos muito bem representados. Valeu a pena!”*

*Cássio Messias Zucarelli - Magazine Supermercado (Rede Sol), de Guapiaçu*

*“Esse espírito de união é importante entre os supermercadistas. Muito já foi realizado e muito ainda pode melhorar. Estou há 51 anos no setor e acompanhei todo o crescimento da APAS.”*

*Fernando Lopes Farinha, vice-diretor da APAS Regional São José do Rio Preto e diretor dos Supermercados Proença, com 10 lojas nessa região*

*“A caravana já deu certo antes mesmo de começar. Nossa Regional é exemplo no Estado, pois reunimos diretores e associados mensalmente. O projeto veio selar todo o trabalho que estamos desenvolvendo há anos, o de valorização dos nossos associados.”*

*Assad Antônio Daher (Tô), vice-diretor da APAS Regional São José do Rio Preto e diretor da rede de supermercados Tome Leve, de Colina*

*“O supermercadista que não é associado deveria procurar a APAS, pois está perdendo muitos benefícios. A associação é um investimento para a empresa. Achei excelente a recepção e me surpreendi com as instalações da entidade.”*

*José Francisco dos Santos - Supermercados Porecatu, com quatro lojas em Votuporanga e São José do Rio Preto*

*“Somos uma empresa regional e valorizamos a parceria com o setor de supermercados. Nossa intenção é desenvolver o mercado com os varejistas e crescer juntos.”*

*José Luiz Franzotti - Diretor da Bebidas Poty, de Potirendaba*

## Conheça os pioneiros do projeto Caravana APAS

Nome	Supermercado	Cidade
Assad Antônio Daher (Tô)	Tome Leve	Colina
Bruno Lucena dos Santos	Santa Rita	Catanduva
Cássio Messias Zucarelli	Magazine (Rede Sol)	Guapiaçu
Dirceu Antônio Cizotto	Donaire	Severínia
Fabiano Laureano Pinto	Nascimento	Guapiaçu
Fernando Lopes Farinha	Proença	São José do Rio Preto
Heverton Justino Cardoso	Dilelu	Icém
Ivan Luís Secches	Bruno Bondi (Rede Sol)	Mirassol
João Marcus Barbabe (Kiko)	JB	Frutal (MG)
José Francisco dos Santos	Porecatu	Votuporanga
José Luís Sanches	JJ	São José do Rio Preto
José Rodrigues Cabral	São José (Rede Sol)	Cosmorama
Luís Fernando Barreto Azenha	Mercado do Paulo	União Paulista
Manoel Guerreiro Júnior	Trídico	São José do Rio Preto
Marcelo Dias Martins	Santa Cruz	Votuporanga
Paulo César Dantas Figueiras	União	Monte Aprazível
Roberti Catricala	Laranjão	São José do Rio Preto
Roberto Valentim Scandelai	Scandelai (Redemais)	Catiguá
Vitor Mastro Prieto	Peniel (Rede Sol)	São José do Rio Preto
José Luiz Franzotti	Bebidas Poty (Patrocinador)	Potirendaba
Luiz Sérgio Franzotti	Bebidas Poty (Patrocinador)	Potirendaba
Valnei Gomes	Bebidas Poty (Patrocinador)	Potirendaba

## SEGURANÇA ALIMENTAR

# Medida compensatória visa o fim dos produtos vencidos

A APAS dá um passo fundamental para resolver um problema operacional que tem tirado o sono dos supermercadistas. Acordo assinado em junho com o Procon-SP vai proporcionar ao setor conquistar um importante aliado para acabar com os produtos vencidos na gôndola: o consumidor.

Quem encontrar produto com data vencida na gôndola poderá levar outro, dentro do vencimento, sem custos. Trata-se de uma medida compensatória – ideia que nasceu na APAS e que tem o apoio do Procon-SP. “A proposta faz parte dos trabalhos da Câmara Técnica do Comércio Supermercadista, criada para dar efetiva proteção ao consumidor”, afirma o vice-presidente e diretor de Apoio ao Associado em Segurança Alimentar da APAS, Marcio Milan. A iniciativa nasceu durante uma reunião com representantes do Procon-SP. “Esta é uma iniciativa histórica. O objetivo é compensar o consumidor de forma imediata. Se ele encontrar produto vencido, levará para casa a mercadoria no vencimento, e sem pagar”, diz Milan.

A medida deve entrar em vigor no dia 1º de outubro. Até lá, será feita a comunicação com os consumidores, para que eles fiquem por dentro das novidades. Para o diretor executivo do Procon-SP, Paulo Arthur Góes, a ideia é excelente, já que estimula o consumidor a ficar de olho na data de validade dos produtos, além de aumentar a eficiência dos varejistas. “O compromisso assumido, de compensar o consumidor, é bem-vindo. Mas é preciso lembrar que a troca do produto sem custo não implica em dispensa da multa. “Se houver a denúncia, a lei será cumprida”, ressalta.

## T&D

# APAS usa o Via Rápida para qualificar trabalhadores



Pedro Celso: ganho de tempo e redução de custos

Quando o governo de São Paulo e a APAS se unem, quem ganha são as pessoas que procuram uma vaga no mercado de trabalho. E, neste caso, também os supermercados. A autarquia estadual Centro Paula Souza e a APAS vão se unir para pro-

mover o convênio Via Rápida, que prevê formar pessoas para trabalhar no setor supermercadista. A aula inaugural está prevista para o mês de agosto, em Campinas. “Com o convênio, os trabalhadores aprendem uma função e os supermercadistas ganham profissionais qualificados”, diz o diretor de Treinamento e Desenvolvimento da APAS, Pedro Celso Gonçalves.

O Centro Paula Souza define a grade de cursos e é encarregado de entregar o material pedagógico aos alunos. Eles receberão uma bolsa auxílio de R\$ 210 por mês, além de refeição e lanches. “São 210 horas de aula, ou pouco mais de dois meses, que oferecem teoria e prática. O profissional já entra preparado no mercado de trabalho. O supermercadista ganha tempo, já que não precisa treinar o funcionário, e reduz custos. O programa diminui o gargalo do setor”, diz Pedro Celso.

Os futuros alunos devem estar cursando ou já ter concluído o ensino médio. De acordo com a coordenadora técnica do Centro Paula Souza, Clara Magalhães, serão oferecidas 600 vagas até o fim do ano. “O objetivo é direcionar esforços para abastecer a cadeia supermercadista.” Os cursos são nas áreas de auxiliar de hortifrúti, rotisseria, manipulação de carnes, operação de checkout, estoque e reposição, e as inscrições serão feitas no portal do Centro Paula Souza ([www.centropaulasouza.sp.gov.br](http://www.centropaulasouza.sp.gov.br)).

RELACIONAMENTO COM O ASSOCIADO

## Muito além dos supermercados

*Hortifrútiis, sacolões e varejões trazem suas experiências à APAS*

O quadro de associados da APAS ganha um grande reforço. A partir de um estudo aprofundado com definições baseadas no Código Nacional de Atividade Econômica (CNAES), a APAS abre suas portas para os hortifrútiis, sacolões e varejões. A rede Natural da Terra – misto de formatos que inclui hortifrúti e seções tradicionais de supermercado, com sete lojas na capital paulista – tornou-se associada em maio e vem trazer sua experiência aos demais associados, usufruindo dos benefícios oferecidos pela entidade.

De acordo com a gerente de Marketing da rede, Fabiana Marin, o relacionamento com a APAS já existia antes disso. “Os funcionários participam dos cursos da associação, a gestão de Recursos Humanos esclarece dúvidas e compartilhamos conhecimentos. Mas não havia um contrato formal – era uma espécie de troca varejista”, define Fabiana. “Senti, porém, a necessidade de oficializar a situação. Dessa forma, mais funcionários do Natural da Terra terão grande possibilidade de aprimorar sua formação. São muitas as vantagens.”

Os negócios varejistas que possuem mais de 250 metros quadrados de área de vendas, com pelo menos cinco seções bem definidas e dois checkouts, poderão se associar à APAS. “Os negócios que unirem

**Fabiana Marin,**  
gerente de  
Marketing do  
Natural da Terra:  
benefícios e mais  
qualificação para  
os colaboradores



Divaigrade

atacado e varejo e as cooperativas podem também fazer parte da APAS. Eles terão acesso aos mesmos benefícios que os demais associados”, diz o vice-presidente e diretor de Relacionamento com o Associado, Roberti Catricala.

O também vice-presidente e diretor de Relacionamento com o Associado, Aurélio Mialich, afirma que o estudo detectou quais eram os negócios que poderiam fazer parte da APAS, sem que houvesse conflito com outras associações, como padarias ou postos de gasolina. “Para a APAS, o aumento na base de associados significa crescimento de representatividade. A vantagem, para quem faz parte da associação, é ter sempre à disposição convênios, informações da área jurídica e grande oferta de serviços”, ressalta Mialich.

ECONOMIA

## APAS cria Departamento de Economia e Pesquisa

A diretoria de Economia da APAS tem novidades: o Departamento de Economia e Pesquisa, criado no início deste ano, poderá contribuir para que os associados fiquem cada vez mais informados, ampliando as pesquisas atuais, como o Índice de Preços dos Supermercados (IPS) e o Índice de Vendas, e criando outras possibilidades de fornecer dados relevantes para o setor. Entre as informações já propostas pelo economista Rodrigo Mariano, que atua no departamento,

destaca-se o Índice de Confiança dos Supermercados. Para o diretor de Economia da APAS, Martinho Paiva Moreira, os associados necessitam das pesquisas para tomar decisões prioritárias, todos os dias. Os levantamentos orientam a atuação, desenvolvimento e posicionamento dos associados na elaboração de estratégias. “Os números levantados precisam refletir a rotina dos supermercadistas. Os dados serão cada vez mais aprofundados”, ressalta.

# Ousadia nas pistas e na área de vendas

A empresária *Fernanda Lopes Farinha* divide seu tempo entre a rede de supermercados *Proença* e as corridas de rally. É vencedora em ambas as atividades

Supermercado ou rally? Computador de mesa ou de bordo? Sapato alto ou bota? *Fernanda Lopes Farinha* escolhe todas as opções, em momentos diferentes. Diretora da rede de supermercados *Proença*, na região de São José do Rio Preto, *Fernanda* divide seu tempo entre duas paixões: supermercado e carros turbinados.

Desde 2007, *Fernanda* participa de *rallies*. “É uma espécie de terapia para mim. Esqueço os problemas e consigo relaxar. A adrenalina vem da competição, do esforço para tudo dar certo. Além disso, tem a paisagem apreciada de dentro do carro, a natureza, e as novas amizades, que são feitas a cada competição”, explica.

*Fernanda* diz que adora dirigir – aprendeu aos 14 anos, numa estrada de terra, quando foi viajar para a fazenda da família, no Mato Grosso do Sul. Hoje, aos 31, dedica-se à atividade e procura sempre se aperfeiçoar.

Ela diz que, no início, foi difícil: o primeiro *rally* acabou em derrota. “Eu e a navegadora – profissional que orienta o piloto sobre o trajeto – *Danielle Ulisses* sabíamos muito

pouco. Fomos com a cara e a coragem.” Após vários cursos e treinamentos, a empresária/piloto já coleciona alguns troféus.

Quando começou a participar de *rallies*, *Fernanda* pertencia à categoria Turismo Light. Nela, o piloto tem que se preocupar com a regularidade da velocidade. “Quanto mais o planejamento for respeitado, mais chance o participante tem de vencer.” Mas ela já passou para outra categoria: Turismo. “Nesta nova etapa, o grau de dificuldade é maior, assim como o percurso. O piloto tem que ser associado à Federação Brasileira de Automobilismo”, ressalta.

A supermercadista já colheu bons resultados na categoria. Em abril, ela venceu a primeira etapa do *rally* Mitsubishi Motorsports, em Ribeirão Preto – e subiu ao pódio. A competição teve muita emoção: terra batida, trechos sinuosos, sol forte e chuva. “Vencer foi uma grata surpresa”, comemora. *Fernanda*, porém, não pretende parar por aí. O próximo passo é ousar e participar de outras categorias em que a velocidade é prioridade. “O sonho continua.”



*Fernanda* (à direita) e a navegadora *Danielle*: adrenalina para relaxar

Arquivo pessoal



Lago de Corumbá: prática de esportes náuticos e lazer. No destaque, arroz de pequi, um dos frutos do cerrado: culinária típica inclui a tradicional galinhada



## Água quente trata e disfarça o inverno

*Caldas Novas, no interior de Goiás, é boa opção para quem quer curtir o frio com muito conforto*

É possível encontrar sol e calor em pleno inverno no Brasil sem ser no Nordeste. Além da acolhida carinhosa da população de Caldas Novas, no interior de Goiás, o turista vai sentir também os benefícios das águas termais da região, bastante famosas. A cidade é conhecida como a maior estância hidrotermal do mundo. As águas quentes brotam do solo a temperaturas que variam entre 20°C e 60°C.

Dados da Secretaria Municipal de Turismo de Caldas Novas indicam que, só em 2010, a cidade recebeu 1,4 milhão de turistas.

Gente atraída também pela água que diverte e encanta. O município é banhado por um belíssimo lago, ideal para a prática de esportes náuticos e passeios, o Lago de Corumbá. Um local de aproximadamente 65 quilômetros, que oferece também muito verde. E o turista não tem do que reclamar: às margens do lago existem flats e parques aquáticos.

Outra aventura que merece destaque na cidade é a visita ao Parque Estadual da Serra de Caldas, um local de preservação ambiental rico em fauna e flora. O passeio inclui visitação a cachoeiras, por exemplo, sempre junto com os guias.

Na baixa temporada, Caldas Novas recebe muitos turistas da terceira idade, que procuram nos benefícios

das águas termais uma melhor qualidade de vida. No início de sua história, a cidade era procurada por pessoas com doenças de pele, reumatismos e outros males, cuja receita médica era simples: dois banhos por dia, durante 21 dias. Muitos se curavam logo nos primeiros banhos.

Um passeio pelos pontos turísticos da região pode ser feito nos trezinhas localizados em frente ao parque de diversões, no centro da cidade. Bares, restaurantes e charmosas lojinhas também existem em profusão na terra das águas quentes.

Por ser uma cidade com economia baseada no turismo, é sempre palco de grandes shows, principalmente em julho, com samba, funk e pop, e em novembro, com o estilo sertanejo. Na alta temporada, quando todo o país sofre com o frio, Caldas Novas tem sol e água quente à vontade.

### Raio X

Caldas Novas possui um grande complexo hoteleiro e de parques aquáticos com água quente, proporcionando aos visitantes momentos de lazer e recreação. São 260 piscinas de águas termais espalhadas por centenas de hotéis e clubes. Sua rede de hotéis soma mais de 40 mil leitos, sendo a maior do interior do Centro-Oeste.



# Pense Rosa

## Seu gesto vale uma Vida

A campanha Pense Rosa trabalha com a conscientização e na divulgação da importância da detecção precoce do câncer de mama e dos direitos da mulher de fazer mamografia pelo SUS, conforme Lei Federal 11.664/2008. Parte da renda obtida com a venda de camisetas, pulseiras e lenços de seda é revertida em ações de orientação e informação.



## Produtos que transformam Vidas

Adquira nossos produtos e ajude na conscientização sobre a importância da detecção precoce do câncer de mama.

Informações sobre os pontos de venda dos produtos Pense Rosa:  
[www.penserosa.com.br](http://www.penserosa.com.br)



Orientavida



[www.orientavida.org.br](http://www.orientavida.org.br)

Apoio



ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS



# CHEGA DE SUFOCAR O PLANETA.

A partir de 2012, as sacolas plásticas não serão mais distribuídas nos supermercados do Estado de São Paulo. Incentive seus clientes a realizarem as compras de forma mais sustentável, poupando recursos naturais por meio de embalagens reutilizáveis. Mais informações sobre esta campanha no Portal APAS:

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



SACOLAS  
REUTILIZÁVEIS



CARRINHOS  
DE FEIRA



CESTOS



QUALQUER OUTRA  
EMBALAGEM

## O PLANETA AGRADECE.