



Paulo Arthur Góes, diretor do Procon-SP,
e o presidente João Galassi

» EM DEFESA DO ASSOCIADO E DO CONSUMIDOR

Medida histórica da APAS e do Procon-SP que entra em vigor em 1º de outubro compensará o consumidor que encontrar produto vencido na gôndola

- » Parabéns, Jundiaí, pelo exemplo dado ao Brasil
- » APAS comemora o primeiro ano da Gestão Galassi
- » Associações estaduais de supermercados ajudam a combater a miséria

NOSSO MAIOR COMPROMISSO É ESTAR AO SEU LADO EM TODOS OS DESAFIOS. CONHEÇA A ASSESSORIA JURÍDICA DA APAS.

Ao longo dos anos, o jurídico da APAS assumiu um posicionamento atuante e foi responsável por inúmeras conquistas do setor. Essa atuação se estende também a prestar Assessoria Jurídica aos

supermercadistas associados, esclarecendo dúvidas sobre a legislação e orientando em suas aplicações. Um suporte essencial para quem quer evoluir nos negócios e superar todas as expectativas.

Descubra como a Assessoria Jurídica APAS pode agilizar seu dia a dia enquanto você cuida dos bons negócios. Ligue (11) 3647-5000 ou acesse www.portalapas.org.br



ASSESSORIA APAS
JURÍDICA

APAS
ASSOCIAÇÃO PARANAENSE DE SUPERMERCADOS



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: Ibeq 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](https://twitter.com/infoapas)

APAS cumpre seu papel

Um acordo histórico assinado com o Procon, que passa a vigorar em outubro, premia o consumidor que encontrar produto vencido nas gôndolas



A primeira semana de outubro será um marco na história da APAS. Dia 1º começa a vigorar o acordo que assinamos com o Procon e dia 3 vamos marcar nossa atuação no projeto Pense Rosa. Ao mesmo tempo, ganha fôlego nossa campanha Vamos Tirar o Planeta do Sufoco.

A concessão de um “prêmio” ao consumidor que encontrar produto vencido nas gôndolas dos supermercados, conforme acertado com o Procon, é uma iniciativa arrojada do nosso setor, pois vai exigir de todos muito mais controle dos estoques e cuidado dobrado na reposição de mercadorias. A medida compensatória faz dos consumidores nossos parceiros.

As conversações entre a APAS e o Procon vem sendo feitas por uma câmara técnica, que faz os ajustes necessários para o sucesso da iniciativa. Isto mostra a maturidade do nosso setor, que assume suas responsabilidades nas relações de consumo e se propõe a pagar um ônus por eventuais erros operacionais envolvendo prazo de validade dos produtos.

Ainda em outubro, temos o ápice da campanha Pense Rosa, quando vamos iluminar o prédio da APAS com luz rosa simultaneamente a monumentos do mundo todo. O objetivo da campanha é alertar as mulheres para a necessidade de fazer os exames periódicos para prevenir o câncer de mama.

A importância desse movimento é tão expressiva que já cogitamos conscientizar os homens maduros a realizarem exames anuais para a prevenção do câncer de próstata. Seria a campanha Pense Azul.

A campanha para substituir as sacolas descartáveis por reutilizáveis nos supermercados paulistas ganha novo impulso em outubro. Iniciamos o trabalho nas mídias sociais e criamos o blog www.vamostirarplanetadosufoco.org.br, que acaba de entrar no ar com informações, notícias, o exemplo de Jundiá e outras iniciativas em defesa do meio ambiente.

A APAS conhece seu papel na sociedade e não se intimida de levar adiante projetos de interesse do setor que tragam benefícios para a sociedade.


João Galassi

Sumário

Mensagem do Presidente *pág. 3*
APAS cumpre seu papel

Diretorias *pág. 4-9, 12-15*
Vá e vença!
APAS comemora um ano da gestão Galassi

Capa *pág. 10*
Em defesa do associado e do consumidor

Você sabia? *pág. 13*
Saúde e sustentabilidade

Perfil *pág. 16*
Joel Siqueira: “Cozinhar e pescar é só começar”

Social *pág. 17*

Lazer/Viagens *pág. 18*
Campos do Jordão: a Suíça é aqui!



Paulo Pape

Rodrigo Pimentel: "Dias fáceis, nunca tivemos tampouco queremos" é um dos lemas do Bope

PRODUTOS

Vá e vença!

O ex-capitão do Bope Rodrigo Pimentel contou como os líderes tornam-se referência para as suas "tropas"

Exemplo de ousadia e determinação foi o que Rodrigo Pimentel transmitiu em sua palestra para supermercadistas e convidados no Encontro APAS Happy Hour, no dia 25 de agosto, no Espaço APAS Centro de Convenções. Com o lema "Vá e vença!", o ex-capitão do Batalhão de Operações Especiais da Polícia Militar do Rio de Janeiro (Bope) que inspirou o personagem Capitão Nascimento – protagonista do filme *Tropa de elite*, de José Padilha – conquistou a todos.

A palestra "Motivação e liderança nas tropas de elite" foi transmitida para as Regionais de Araçatuba, Bauru, Marília, Presidente Prudente, Ribeirão Preto, São José

do Rio Preto e Vale do Paraíba. Pimentel, também comentarista de segurança pública da Rede Globo, contou algumas experiências de sucesso realizadas em operações especiais do Bope e mostrou como os líderes tornam-se referência para as suas "tropas": "A simplicidade da operação é a chave do sucesso", afirmou.

Recado da APAS

Com esta palestra, a intenção da APAS foi mostrar aos supermercadistas associados que a ousadia é um caminho para vencer e, ainda, destacar o papel da liderança como referência para suas equipes de colaboradores.

Encontros APAS Happy Hour

Executivos do varejo supermercadista e da indústria assistiram à palestra "Motivação e liderança nas tropas de elite". Veja quem passou pelo Espaço APAS.



1. João Galassi, presidente da APAS, Rodrigo Pimentel e Eneas Pestana, presidente do Grupo Pão de Açúcar
2. Firmino Rodrigues Alves, ex-presidente da APAS, Rodrigo Pimentel e Antônio Tadeu Perón, presidente do SindiSuper-DF
3. José Fagundes Neto, presidente da Associação de Supermercados de Brasília (Asbra), e o presidente João Galassi
4. Suzana Sanzovo, vice-diretora de Responsabilidade Social APAS; João Sanzovo, diretor de Sustentabilidade APAS; o presidente João Galassi; Rodrigo Pimentel e Marcos Nóbrega, diretor comercial da Biotropic

5. Sidnei Silva, Vagner Félix, Adriano Sarti, Manoel Vitor Esplugues, Aldete Freitas, Silvia Zolla e Jorge Leal (Supermercados Joantin)
6. Leni Oliveira, Ricardo Pires e Nelson José Ramos (Supermercados 4 Irmãos)
7. Marcos Nóbrega, da Biotropic, e o presidente João Galassi
8. André Luiz Faria de Abreu, vice-diretor da APAS Regional Baixada Santista, e João Alberto Costa, diretor do Supermercados Forte Itapema
9. Keyt Cristiane da Silva, Flávia Bernardo, Vinícius de Souza e Adriana Kelly Lima de Sá (Supermercados Bergamini)

Fotos > Juliana Carlos e Paulo Pepe

PRESIDÊNCIA

APAS comemora um ano da Gestão Galassi

Desde antes de tomar posse, Galassi não parou de trabalhar em defesa do setor supermercadista

O fortalecimento da representatividade do setor supermercadista no Estado de São Paulo define o primeiro ano de mandato do presidente João Galassi à frente da APAS. Mesmo antes de tomar posse, realizada em 31 de agosto de 2010, Galassi vem cumprindo uma agenda intensa de atividades para representar o setor de supermercados em nome da APAS. Vários projetos foram desenvolvidos e muitos outros estão em andamento, visando fortalecer o setor supermercadista e aprimorar o atendimento aos consumidores.

O primeiro passo foi dado na constituição da diretoria, quando Galassi separou os conceitos de representatividade e gestão e atribuiu responsabilidades às diversas diretorias a partir dos projetos a serem desenvolvidos. “Para colaborar nas diretorias são necessários três princípios: vontade de servir, afinidade com os projetos e tempo de dedicação”, disse Galassi. Assim, foram criados 50 projetos prioritários divididos em 17 diretorias.

Seu primeiro grande desafio, a Feira APAS 2011, já incorporou inovações de formato. No lugar da tradicional solenidade de abertura, um grande painel, em que autoridades dos três níveis de governo e empresários debatem questões relativas ao tema do evento, apontando soluções para os anseios dos consumidores e da sociedade. Não há mais encerramento. Agora o evento termina com o lançamento da edição do próximo ano, a apresentação do tema e a comunicação visual.

No período pré-feira, Galassi tornou-se relações-públicas, percorrendo inicialmente todo o interior paulista fazendo a divulgação do evento e convocação dos associados; depois foi ao exterior convidar expositores e supermercadistas. Foi um sucesso: a APAS 2011 registrou mais de 70 mil participantes, incluindo 34 empresas de 17 países, entre expositores e supermercadistas, que vieram aproveitar as oportunidades do evento e estimular negócios internacionais. Os negócios gerados na feira somaram R\$ 5 bilhões.

Ainda na fase de divulgação da APAS 2011, Galassi

participou do 10º Fórum Empresarial de Comandatuba, na Bahia, e popularizou a campanha Vamos Tirar o Planeta do Sufoco, criada para substituir as sacolas plásticas descartáveis por reutilizáveis nos supermercados paulistas.

A bandeira da sustentabilidade ganhou força quando o presidente Galassi convidou o secretário estadual de Meio Ambiente, Bruno Covas, para conhecer o projeto de Jundiá e iniciou conversação para uma parceria entre a APAS e o governo paulista, objetivando a realização de ações conjuntas em âmbito estadual. Deu certo. Em maio de 2011, a APAS e o governo paulista assinaram um Termo de Cooperação para a substituição das sacolas descartáveis à base de petróleo por reutilizáveis nos supermercados de todo o Estado a partir de janeiro de 2012.

Em junho deste ano, o presidente Galassi encontrou-se com a presidenta Dilma Rousseff em Brasília (DF), onde participou do lançamento do Plano Brasil sem Miséria do governo federal, cuja meta é retirar 16,2 milhões de brasileiros da extrema pobreza. Na oportunidade, Galassi convidou a presidenta Dilma para a abertura da APAS 2012 e ela confirmou que comparecerá ao evento. Antes mesmo dos governadores do Sudeste – Geraldo Alckmin (SP), Antônio Anastasia (MG), Sérgio Cabral Filho (RJ) e Renato Casagrande (ES) –, as associações estaduais de supermercados – APAS, Amis, Asserj e Acaps – assinaram o pacto, em evento realizado no dia 23 de agosto no Palácio dos Bandeirantes, em São Paulo.

Outro importante projeto da gestão do presidente Galassi é o acordo assinado com o Procon-SP. Trata-se de uma medida compensatória – ação da Câmara Técnica do Comércio Supermercadista, formada por integrantes da APAS e do Procon-SP – que oferece uma garantia inovadora ao consumidor. A partir de outubro próximo, quem encontrar produto vencido na gôndola do supermercado receberá gratuitamente uma unidade igual no prazo de validade. Tudo pela defesa do consumidor.



1. O presidente Galassi, no dia da posse, em 31/8/10, com a Diretoria Estatutária para o biênio 2010-2012
2. No dia da posse, em 31/8/10, com a Diretoria Regional para o biênio 2010-2012
3. Com a presidenta Dilma Rousseff, no lançamento do Plano Brasil Sem Miséria, ocasião em que ela confirmou presença na APAS 2012
4. No Fórum Empresarial de Comandatuba, com Roberto Klabin (SOS Mata Atlântica), Jorge Gerdau e o presidente da Câmara dos Deputado Marco Maia
5. Em defesa da sustentabilidade, com o secretário de Meio Ambiente do Estado de São Paulo, Bruno Covas, e os diretores da APAS Omar Abdul Assaf, Armando Peralta e Orlando Morando
6. Na cerimônia de abertura da APAS 2011, ao lado do governador Geraldo Alckmin e Paulo Skaf, presidente da Fiesp, com o deputado Orlando Morando (dir. de Comunicação), João Sanzovo (dir. de Sustentabilidade), Sussumu Honda (pres. da Abras) e Omar Abdul Assaf (delegado da APAS junto à Abras)
7. Na APAS 2011, assinatura do acordo com o Governo de São Paulo para substituir sacolas plásticas descartáveis por reutilizáveis em todo o Estado a partir de janeiro de 2012, com o secretário Bruno Covas, o governador Alckmin, o deputado Orlando Morando e o diretor de Sustentabilidade João Sanzovo
8. Com o diretor do Procon-SP, Paulo Arthur Góes, na assinatura do convênio que prevê medida compensatória ao consumidor que encontrar produto vencido na gôndola



O presidente Galassi foi aos Estados Unidos conhecer o sistema on-line de ensino à distância do Instituto IGA Coca-Cola e negociou uma parceria com a Femsa para utilizar o sistema na APAS a fim de oferecer a capacitação pela web para os colaboradores de supermercados, sem que eles tenham de deixar a loja. Sob a orientação da Escola APAS, o E-super já tem 11 cursos disponíveis e conta com 60 adesões.

Entre outros movimentos apoiados pela APAS, um dos destaques é a campanha Pense Rosa, de prevenção ao câncer de mama, que levou toda a diretoria, sob o patrocínio da Redecard, a participar de uma caminhada em Campos do Jordão. O próximo passo é iluminar o prédio da APAS com luz rosa em 3 de outubro, quando os grandes monumentos mundiais farão a mesma ação.

Internamente, com o apoio do diretor de Administração, Armando Almeida, houve a adequação nas áreas da APAS

para a gestão dos projetos. Foram criadas as gerências de Marketing, Economia, Relações Institucionais, TI e Convênios e reestruturadas a área administrativa, Escola APAS e Espaço APAS.

O sucesso do primeiro ano da Gestão Galassi traz ainda mais compromisso do presidente para o segundo ano. No início deste mês ele esteve em Brasília em companhia do presidente da Abras, Sussumu Honda, dos diretores da APAS João Sanzovo, Orides Russi e Eivaldo Bronzeri, do superintendente, Carlos Corrêa, e do gerente de Relações Institucionais do Walmart, Arilton Rocha de Sousa, para apresentar a campanha Vamos Tirar o Planeta do Sufoco à secretária Samira Crespo, do Ministério do Meio Ambiente. Já está definida uma pauta de ações em nível nacional, começando por São Paulo, onde uma campanha vai conclamar a população a usar embalagens reutilizáveis em suas compras, visando ampliar a proteção ao meio ambiente.

Um ano de pro

Que balanço o senhor faz do seu primeiro ano na presidência da APAS?

Foi um ano de imensa satisfação pessoal pelo trabalho desenvolvido por toda a diretoria. Trouxemos para o debate assuntos de amplo interesse do setor no Estado de São Paulo e o envolvimento de todos nos permitiu obter bons resultados. Registramos grandes conquistas em vários setores, desde o relacionamento com o poder público, fruto de um esforço institucional de aproximação, até a operação das lojas, consequência de capacitação e treinamentos desenvolvidos a partir de parcerias com institutos do Brasil e do exterior. Trabalhamos intensamente para aproximar mais a APAS dos associados, levando para as empresas projetos de interesse de todo o setor. Ao mesmo tempo, procuramos trazer para a APAS, por meio de caravanas, os associados de todo o Estado de São Paulo, para conhecer de perto as ações cotidianas da entidade e os benefícios que a APAS oferece.

O senhor esteve nos Estados Unidos e trouxe de lá uma metodologia de treinamento à distância. Qual a importância desse projeto já iniciado pela APAS?

Estudei as ferramentas de treinamento e fui aos Estados Unidos conhecer o sistema on-line do Instituto IGA Coca-Cola. O objetivo era analisar a adequação às nossas necessidades, a aderência ao modo de vida da juventude, a linguagem e as possibilidades de interação. Constatada a excelência da ferramenta, iniciamos o trabalho de costurar um grande acordo para oferecer aos associados um pacote de treinamento pela web, mais conhecido como e-learning. O diretor de Treinamento e Desenvolvimento, Pedro Celso, acertou uma parceria com a Femsa e instituiu na APAS o sistema que batizamos de E-super. Enquanto adaptamos os 84 cursos a serem aplicados, outros serão desenvolvidos, de forma que a oferta de conhecimento é crescente para a operação das nossas lojas. A capacitação é feita sem que o colaborador tenha que se locomover. Ele faz o treinamento pela internet na própria loja, em horários alternados e com certificação. É um sistema flexível que não compromete o tempo de trabalho. O programa está sendo um sucesso, pois é eficiente e muito barato. A cada dia que passa mais empresas associadas assinam sua adesão ao sistema. É um projeto de grande interesse do setor.

Há outras iniciativas de treinamento para qualificar colaboradores?

Desenvolvemos por intermédio do diretor de Comunicação,

Orlando Morando, uma parceria com o governo paulista e o Centro Paula Souza para qualificar profissionais que estão buscando oportunidade e inseri-los no mercado de trabalho. Há pelo menos dez cursos relacionados ao setor supermercadista com carga horária equivalente a dois meses e meio de treinamento.

A APAS tem participado ativamente de campanhas de interesse público. Qual a importância dessa ação?

Pela sua grande representatividade, a APAS tem também uma grande responsabilidade. No momento, estamos nos dedicando a apoiar a campanha Pense Rosa, de prevenção ao câncer de mama. Sabemos que essa doença é grave, mas pode ser curada se detectada no início. A campanha visa conscientizar as mulheres para que usem o sistema de saúde e façam os exames preventivos. Toda a diretoria tem apoiado e isso é motivo de grande satisfação para todos. Há ainda o compromisso político com o governo do Estado, pois esta é uma ação de ONGs parceiras do Fundo Social de Solidariedade, sob a coordenação da primeira-dama paulista, Lu Alckmin. Minha esposa, Virgínia, participa e se dedica a essa ação com muito entusiasmo.

Há também projetos sendo desenvolvidos no âmbito federal...

Sem dúvida. Em maio deste ano, a pedido do presidente da Abras, Sussumu Honda, recebemos na nossa feira a ministra Tereza Campello e promovemos a união dos supermercadistas em torno dessa grandiosa iniciativa que visa tirar da extrema pobreza 16 milhões de brasileiros. Em seguida, fui à Brasília no lançamento oficial do plano e reiterei para a presidenta Dilma Rousseff o empenho e o apoio dos supermercados paulistas. Quando o governo federal lançou o Plano Brasil Sem Miséria Sudeste, assinei o documento com os presidentes da Amis, José Nogueira, da Asserj, Ailton Fornari, e da Acaps, João Carlos Devéns. Há outros projetos conduzidos pelo diretor de Relações Institucionais, Carlos Ely, que estamos discutindo com o governo federal, como o preenchimento da cota de deficientes contratados pelas lojas.

A aproximação com o Procon-SP, resultando na criação de uma Câmara Técnica do Comércio Supermercadista, é outro exemplo?

Foi um passo fundamental para mostrar à sociedade que os supermercadistas têm responsabilidade e levam isso muito a sério. Os problemas que acontecem são decorrência de

jetos vitoriosos

questões técnicas que procuramos solucionar com o uso de novas tecnologias. O diretor de Segurança Alimentar, Marcio Milan, coordena junto ao Procon-SP uma câmara técnica para resolver esta questão. A APAS se compromete junto ao Procon a fornecer ao consumidor gratuitamente e na validade o produto igual ou similar ao que ele encontrar vencido. Trata-se de um grande avanço, pois estamos contribuindo para que o consumidor desenvolva o hábito de ler os rótulos, onde estão informações fundamentais, como data de validade, valor calórico e composição dos produtos. Agora vamos conversar com o Instituto de Pesos e Medidas (Ipem) para encontrar uma forma de ter o consumidor como parceiro. O diretor de Assuntos Jurídicos e Financeiros, Roberto Longo Moreno, será o coordenador deste importante projeto.

Como o senhor avalia o estágio atual da campanha Vamos Tirar o Planeta do Sufoco?

Estamos empenhados em substituir as sacolas descartáveis por reutilizáveis em todo o Estado de São Paulo a partir de 25 de janeiro. Depois do sucesso do projeto piloto desenvolvido em Jundiaí, outras cidades como Monte Mor e Americana já aderiram e a campanha chega agora às nossas Regionais. O diretor de Sustentabilidade, João Sanzovo, está promovendo reuniões abertas nas Regionais para debater o assunto, conforme o plano de ação da APAS, amplamente divulgado nos seus instrumentos de comunicação – portal, newsletter, blog, mídias sociais e revistas. Nossos associados estão cada dia mais conscientes dos propósitos da campanha e empenhados em disseminar aos clientes a conscientização necessária para evitar a cultura do descarte.

Internamente, como a APAS estrutura a equipe para atender a todas as demandas?

Há uma atenção especial a essa questão, pois os projetos das diretorias são realizados

no dia a dia pelos executivos e funcionários. Algumas áreas já estão estruturadas há mais tempo e agora ajustamos o time para atender a todos os projetos. Sob orientação do diretor de Administração, Armando Almeida, criamos as áreas de Marketing, de Economia e de Relações Institucionais, estruturamos em gerências as áreas de TI e Convênios e reestruturamos a Escola APAS, a área administrativa e o Espaço APAS. Essas mudanças nos permitiram intensificar as reuniões abertas nas Regionais e organizar caravanas de associados à sede da APAS. A APAS tem uma equipe de profissionais bem preparados, aptos para os desafios que a entidade não para de abraçar.

Como o senhor projeta o futuro das ações da APAS?

O que posso afirmar é que o compromisso desta gestão é irredutível em continuar honrando o nome da APAS e que todos os projetos iniciados serão concluídos. Temos o privilégio de contar com uma diretoria composta de empresários dispostos a trabalhar pelo setor, entre os quais três ex-presidentes: Armando Peralta, Omar Ahmad Assaf e João Sanzovo. A contribuição desses diretores é extraordinária, pela experiência, dedicação às causas do setor e orientação aos projetos desenvolvidos pela APAS. Contamos também com o apoio fundamental do supermercadista e deputado Orlando Morando, em seu terceiro mandato na Assembleia Legislativa de São Paulo, empenhado em defender o setor de supermercados no campo da política. A APAS tem um time unido, que atua em conjunto para encontrar as soluções demandadas pelo setor. A disposição da diretoria para o trabalho associativo é crescente e vai fortalecer cada vez mais a nossa entidade.

Chico Audi



O presidente Galassi assina convênio, observado por Marcio Milan e Paulo Arthur Góes: garantia inovadora

Cristiano Farias

Em defesa do associado e do consumidor

Medida compensatória, resultado de um acordo entre APAS e Procon, faz dos consumidores parceiros dos supermercados na questão dos produtos vencidos na gôndola por erros operacionais

A partir de 1º de outubro, conforme acordo assinado em maio entre APAS e Procon-SP, o consumidor que encontrar nas gôndolas um produto fora da data de validade poderá levar gratuitamente outro igual dentro do prazo. Os representantes das duas entidades, que integram a Câmara Técnica do Comércio Supermercadista, reuniram-se no dia 6 de setembro para acertar detalhes da medida.

Caso o cliente leve a mercadoria e só em casa perceba o problema, vale o artigo 18 do Código de Defesa do Consumidor (CDC): ao mostrar a nota fiscal que comprova que o produto foi comprado naquela loja, será feita a troca. A medida é válida para os produtos encontrados na área de vendas e antes que eles sejam passados pelo caixa.

O diretor da rede de supermercados São Vicente e integrante da Câmara Técnica, Marcos Cavicchioli, afirma que esta é uma garantia inovadora ao consumidor. "Precisamos demonstrar ao frequentador da loja que não existe má-fé por parte do supermercadista ao expor mercadorias com a data de validade vencida. O problema é operacional – uma loja chega a ter entre 15 mil e 20 mil itens. A reposição é feita por processo manual", detalha. "A preocupação com o cliente é muito grande. Nenhum varejista correria riscos diante de tanta concorrência." Segundo ele, para que isso não aconteça mais, a indústria deveria incluir a informação do prazo de validade no código de barras da mercadoria.

Para que todas as lojas estejam preparadas até o dia 1º de outubro, a APAS vai oferecer aos associados o cartaz

da campanha. Na prática, todo consumidor do Estado de São Paulo que entrar em uma loja vai ver o cartaz que detalhará a medida. O texto diz o seguinte: “De olho na validade: Caso você encontre um produto fora do prazo de validade antes de passar pelo caixa, você receberá gratuitamente um produto igual e na validade”.

O cartaz da campanha para informar os consumidores receberá o logotipo das duas instituições, APAS e Procon-SP. “A medida representa um grande avanço para o setor. Nós conhecemos as nossas dificuldades e queremos melhorar o atendimento ao consumidor”, ressalta o diretor de Segurança Alimentar da APAS, Marcio Milan.

O diretor de Relações Institucionais da APAS, Carlos Ely, destaca que a medida compensatória é um projeto inédito no Brasil. “A transparência que envolve a parceria entre a APAS e o Procon-SP leva segurança ao consumidor”, diz Ely. Para a supervisora de Segurança Alimentar da Coop - Cooperativa de Consumo, Débora Cosenza, a medida assegura aos clientes a boa-fé dos supermercadistas. “O consumidor passa a ser um fiscal da loja, vai prestar atenção nesta informação ainda durante as compras. Trata-se de uma campanha educativa.”



Marcio Milan e Carlos Ely: parceria leva segurança aos consumidores

Projeto piloto

O teste já está sendo feito. Algumas redes colocaram a medida em prática para acompanhar o andamento do projeto e corrigir possíveis falhas. As empresas participantes dessa fase são: Grupo Pão de Açúcar, com as lojas Pão de Açúcar Tatuapé e Extra Hiper Mooca; Walmart Tamboré, em Barueri; Carrefour Santo André, no ABC Paulista; Coop, unidades Tatuí, no interior paulista, Diadema, na Grande São Paulo, e São Vicente, no litoral.

Foram colocados cartazes na entrada, nas seções da loja e no Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) de todas as unidades. A Coop, por exemplo, utilizou ainda locutor e a rádio e TV internas para informar a campanha aos clientes.

Recado da APAS

O acordo assinado com o Procon-SP evidencia o compromisso do setor supermercadista em resolver o problema operacional que resulta no vencimento de produtos na gôndola. Todos os associados, portanto, devem se empenhar ao máximo para que nenhuma ocorrência seja registrada em suas lojas.



SUSTENTABILIDADE

Parabéns, Jundiaí!

Campanha Vamos Tirar o Planeta do Sufoco completa um ano com sucesso e aprovação da população e do comércio da cidade. A partir de 25 de janeiro de 2012, todo o Estado de São Paulo seguirá o exemplo

De 30 de agosto de 2010 a 30 de agosto de 2011, a cidade de Jundiaí deixou de enviar aos aterros sanitários 976 toneladas de sacolas plásticas, o que equivale a mais de 264 milhões de unidades. O balanço é de um ano da campanha Vamos Tirar o Planeta do Sufoco, que, depois de Jundiaí já se espalha para outros municípios da Região Metropolitana de Campinas (RMC) e outras regiões do Estado de São Paulo.

A APAS reconhece que o sucesso do projeto em Jundiaí só foi possível graças à união do setor supermercadista, da prefeitura municipal, de outras entidades como o Sindicato do Comércio Varejista, o Procon e a Câmara de Dirigentes Lojistas e, principalmente, do consumidor. “A população de Jundiaí entendeu a campanha e a apoiou desde o início. Cada um tem um papel importante na preservação do nosso planeta”, ressalta o vice-presidente, diretor de Convênios e Oportunidades e um dos idealizadores da campanha em Jundiaí, Edivaldo Bronzeri.

Para o presidente da APAS, João Galassi, os consumidores que substituem as sacolas plásticas prestam um enorme serviço ao meio ambiente. “A iniciativa de substituir as sacolas descartáveis por reutilizáveis é uma forma de conscientizar os consumidores quanto à preservação do meio ambiente”. O diretor de Sustentabilidade, João Sanzovo, coordenador do projeto, afirma que graças ao sucesso da iniciativa a sustentabilidade passou a ser uma das principais bandeiras da APAS.

Antes da campanha, a cidade consumia 22 milhões de sacolas todo mês, o equivalente a 80 toneladas de plástico. “Jundiaí é exemplo para o Brasil e para o mundo. Todos devem adotar o modelo seguido na cidade porque



deu certo”, diz o vice-presidente e diretor de Apoio ao Associado em Segurança Alimentar, Marcio Milan.

O prefeito Miguel Haddad e o secretário municipal de Planejamento e Meio Ambiente, Jaderson Spina, concordam que o sucesso do projeto deu-se com a adesão da população. “Nós compreendemos que o trabalho deve ser desenvolvido com a sociedade, sem a necessidade de lei, o que se mostrou altamente eficaz”, informa Haddad.

Recado da APAS

A partir de 25 de janeiro de 2012, a recomendação da APAS é que nenhum associado forneça sacolas descartáveis a seus clientes. Ao mesmo tempo, não recomenda apoio a nenhum projeto de lei que tenha como objetivo proibir a distribuição dessas embalagens. A APAS está empenhada na campanha de conscientização, para a qual conta com a participação de todos os supermercadistas do Estado de São Paulo.

Blog: conectados pela sustentabilidade

Para agrupar todas as informações sobre a campanha de substituição das sacolas plásticas descartáveis por reutilizáveis, a APAS estreou no início de setembro o blog



Vamos Tirar o Planeta do Sufoco, trazendo detalhes da campanha, o exemplo de Jundiaí, vídeos sobre o tema, ações das empresas e iniciativas de órgãos públicos e entidades de classe, bem como notícias e clippings. É possível também interagir com as principais redes sociais, como Facebook, Twitter e Flickr. Acesse: www.vamostiraroplanetadosufoco.org.br.

VOCE SABIA?

Saúde e sustentabilidade entram na pauta de oportunidades

Os supermercadistas que se preocupam com os funcionários e com o meio ambiente vão encontrar, a partir de setembro, ótimas opções para fazer boas parcerias

Em setembro, os varejistas associados à APAS poderão comprar as embalagens certificadas para pães com até 10% de desconto, em relação ao preço normalmente cobrado pela fabricante do produto, a Scarcelli Embalagens. As condições valem para todo o Estado de São Paulo e a APAS já negocia outra promoção para o mês de outubro.

“Muitos supermercados utilizam saquinhos especiais para que os consumidores possam levar os pães para casa. Por isso conseguimos a vantagem para o setor”, diz o vice-presidente e diretor de Convênios da APAS, Edivaldo Bronzeri.



Convênio médico

A outra parceria se estende aos funcionários do setor. Bronzeri destaca que os supermercadistas da região de Ribeirão Preto poderão contratar o convênio Hospital São Francisco, com descontos que ficam entre 10% e 15%. O convênio é válido até dezembro deste ano. Mais informações podem ser obtidas na Central de Relacionamento APAS, pelo telefone (11) 3647-5000.

CONVÊNIOS

Pelo bem do planeta

Para oferecer novas opções de embalagens aos consumidores, a APAS fez parceria com fabricantes de sacolas reutilizáveis, oferecendo preços acessíveis aos associados. Com a campanha Vamos Tirar o Planeta do Sufoco, as sacolas descartáveis serão substituídas por reutilizáveis nos supermercados a partir de 25 de janeiro de 2012 – data de aniversário do município de São Paulo. Os materiais, rafia, PET, TNT, entre outros, são de excelente qualidade. Confira abaixo os fabricantes e seus contatos.

Sacolas Reutilizáveis

Empresa	Produto	Contato	Telefone	Email
Brinde a Jato	Sacola Reutilizável TNT	Marisa Mastropietro	11 4168-2517	marisa@brindeajato.com.br
Extrusa-Pack	Sacola Reutilizável Polietileno Convencional e Verde	Gisele Barbin	11 2085-5674	comercial@extrusa.com.br
B4U	Sacola Reutilizável Rafia Laminada	Carlos Nauff	11 3507-7234	cnauff@b4u.bio.br
B S Cordões	Sacola Rafia Laminada	Evaldo Campelo	11 2023-4226	evaldo@bscordoes.com.br
Delicatta	Sacola Reutilizável Sintético	Paulo Custódio	11 5614-5490	delicattaartes@gmail.com
Funap	Sacola Reutilizável Bagun, Nylon, TNT e Lonita	Lucia Silva	11 3150-1018	luciaasilva@sp.gov.br
Val-Bags	Sacola Reutilizável PE Convencional e Verde	Stefano Geronini	12 3157-5413	stefano@valbags.com.br
MJM Embalagens	Sacola Reutilizável TNT	Manoel	19 3498-1570 / 9211-9299	mjm.ecobags@hotmail.com
Green Bag Company Ecolevix	Sacola Reutilizável	Alexandra Katopodis	EUA: 00.1 (407) 218-0852 00.1 (407) 489-7292	alexandra@ecolevix.com skype: alexandra_katopodis

RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

Há vagas para deficientes

APAS busca alternativas para que os associados possam resolver a dificuldade de contratação de pessoas com deficiência

Os supermercadistas querem contratar pessoas portadoras de alguma deficiência, mas não conseguem encontrar candidatos interessados. A Lei de Cotas 8213/91 determina que esses funcionários sejam admitidos na proporção de 2% a 5%, conforme o tamanho da empresa, ficando sujeita à multa aquela que não cumprir. Com o objetivo de sensibilizar o ministro da Previdência Social, Garibaldi Alves, para a necessidade de viabilizar a contratação desses profissionais pelos supermercados, o presidente da APAS, João Galassi, e os diretores Carlos Ely (Relações Institucionais) e João Sanzovo (Sustentabilidade) reuniram-se no ministério, em Brasília, no dia 12 de setembro.

O associado e diretor do Supermercados São Vicente, Marcos Cavicchiolli, detalha bem o que os supermercadistas vivem no dia a dia. Nas 17 lojas da rede, a empresa tem 2,1 mil funcionários. Desses, 5% devem ser destinados a portadores de algum tipo de deficiência. No entanto, na prática, é difícil cumprir a exigência. "Há os que recebem apoio da família e não querem trabalhar e aqueles que vivem do valor recebido do abono, e, com medo de perder o benefício, preferem não ingressar no mercado de trabalho", afirma o supermercadista. A saída, diz ele, seria o Ministério do Trabalho elaborar um levantamento que demonstre a real mão de obra disponível deste público.



Divulgado
Marcos Cavicchiolli: contratação de deficientes é uma preocupação dos supermercadistas

SUSTENTABILIDADE

Vaga Certa completa dois anos



Dezesseis aprendizes mais bem avaliados recebem prêmio

Juliana Cordeiro

Entre tantos projetos sociais que a APAS apoia, há a oportunidade do primeiro emprego no setor supermercadista. Mais de 200 jovens do Vaga Certa, projeto da vice-diretoria de Responsabilidade Social, ligada à diretoria de Sustentabilidade da associação, assistiram em julho a uma palestra motivacional em comemoração aos dois anos do programa. Os supermercados apoiadores foram homenageados na ocasião, assim como os 16 aprendizes mais bem avaliados pelos institutos parceiros Ibrasa e Érgon.

"O projeto cresceu e tem sido um sucesso. Temos muito o que comemorar. Quero agradecer a todos que nos apoiam e desejar aos jovens muita sorte, que aproveitem a oportunidade e transformem sua vida", disse a vice-diretora Suzana Sanzovo. Ela ainda apresentou uma novidade: em breve o programa será estendido ao interior do Estado, e uma das Regionais da APAS será utilizada como modelo.

O Programa Vaga Certa treina e capacita jovens de 14 a 24 anos da capital por meio da Escola APAS, oferecendo oportunidades no mercado de trabalho. O projeto também proporciona às empresas a possibilidade de adequar-se à Lei de Aprendizagem (Lei 10.097/2000).

Associações estaduais ajudam combater a miséria

APAS, Amis, Asserj e Acaps assinam o Plano Brasil sem Miséria Sudeste, lançado pela presidenta Dilma Rousseff e pela ministra do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Tereza Campello

A APAS e as outras associações estaduais do setor da Região Sudeste mobilizam-se em uma grande força-tarefa para a promoção do fim da miséria. O Plano Brasil sem Miséria Sudeste, lançado pela presidenta Dilma Rousseff e pela ministra do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Tereza Campello, foi assinado em 23 de agosto no Palácio dos Bandeirantes pelo presidente da Associação Paulista de Supermercados (APAS), João Galassi; da Associação Mineira de Supermercados (Amis), José Nogueira; da Associação de Supermercados do Rio de Janeiro (Asserj), Ailton Fornari, e da Associação Capixaba de Supermercados (Acaps), João Carlos Devéns.

O setor de supermercados apoia o movimento liderado pelo presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), Sussumu Honda. Em maio passado, durante a APAS 2011, Honda e os presidentes das 27 associações estaduais de supermercados de

todo o Brasil receberam a ministra Tereza Campello e anunciaram o apoio ao plano de combate à miséria. A parceria formará frentes em cinco regiões do País para combater a extrema pobreza, que atinge 16 milhões de brasileiros com renda mensal inferior a 70 reais.

No início de junho, quando o plano foi lançado em Brasília, o presidente Galassi compareceu e esteve com a presidenta Dilma Rousseff, quando manifestou o apoio do setor do Estado de São Paulo. Na ocasião, Galassi formalizou convite à presidenta Dilma para a abertura da APAS 2012, e ela aceitou-o prontamente.

O evento, no Palácio dos Bandeirantes, reuniu a presidenta Dilma Rousseff, o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, os governadores Geraldo Alckmin (SP), Antonio Anastasia (MG), Sérgio Cabral (RJ) e Renato Casagrande (ES), ministros, senadores, deputados, prefeitos e empresários. A Região Sudeste tem hoje 2,7 milhões de pessoas extremamente pobres.

Presidente João Galassi cumprimenta a presidenta Dilma Rousseff ao lado dos governadores Geraldo Alckmin (SP) e Antonio Anastasia (MG) e de Fernando Henrique Cardoso: força-tarefa da União, Estados e Municípios pelo fim da miséria





Joel Siqueira: hobby o levou ao rio Amazonas em busca de tucunarés

Arquivo pessoal

“Cozinhar e pescar é só começar”

Desvendado o segredo da simpatia e tranquilidade permanentes do supermercadista Joel Siqueira

Quem convive com o diretor da APAS Regional Sorocaba, Joel Siqueira, sabe que ele está sempre sorrindo, calmo, tranquilo. Nem sábados e domingos, dias de maior movimento do Supermercado Siqueira, tiram sua serenidade. É que o varejista sabe que toda segunda-feira é para relaxar. No início da semana é a vez da pescaria, da conversa boa com o amigo e vizinho, de se esquecer da hora passando no relógio. Aliás, que relógio?

Siqueira tem um rancho em Sarapuí, a 50 quilômetros de Sorocaba. Há dez anos ele passa as segundas-feiras no local e sai para pescar pela região. “Gosto de água corrente, onde tem peixes como mandi, piaba e lambari. No começo do ano eu e meu amigo pegamos 199 lambaris. Parece mentira de pescador, mas nem quis arredondar para 200 porque só falo a verdade. Fiquei até com dor no braço.”

O amor pela pescaria é tão grande que já o levou ao Amazonas, em busca dos tucunarés. “A viagem mais recente foi em outubro de 2010. Na ocasião pesquei

um tucunaré de 8 quilos, mas devolvi para a água. A preservação no local vem em primeiro lugar”, ressalta. O supermercadista explica o bom humor do pescador: quem pesca pode viver cem anos. “É uma terapia. Eu deixo de ir a festas, a shoppings, para fazer o que mais gosto. A sensação de perceber o vento entrando pelo ouvido é inesquecível.”

Cozinheiro de mão cheia

Mas as habilidades de Siqueira não se limitam à gestão dos negócios e à pescaria. O talento dele também é apreciado na cozinha. Ele é especialista em preparar costela com mandioca. No sítio, o talentoso supermercadista aproveita a mandioca da plantação e o almeirão do mato para deixar as receitas ainda mais saborosas. “Cozinhar é uma arte”, diz. Pelo jeito é mesmo. Quando está à frente das panelas, até os bugios da região – macaco ameaçado de extinção – ficam no telhado, atraídos pelo cheirinho bom. “Mas para eles eu levo as frutas que sobram do supermercado”, completa.



O vice-presidente e diretor de Comunicação da APAS, deputado estadual Orlando Morando, comemora seu 37º aniversário com a esposa, Carla, e os filhos Orlandinho e Antonella



Candinho: sorriso estampado no rosto com o nascimento da primeira neta

Vovô jovem

Manuela, com dois meses de vida, é o motivo do sorriso constante do vice-diretor da APAS Regional Vale do Paraíba, José Lindolfo Candinho. Aos 48 anos, ele foi avô pela primeira vez, e disse que a alegria foi além do que esperava. “Os nove meses foram de muita expectativa. A primeira netinha veio da minha filha mais velha, de 22 anos. As duas estão muito bem de saúde”, diz Candinho.

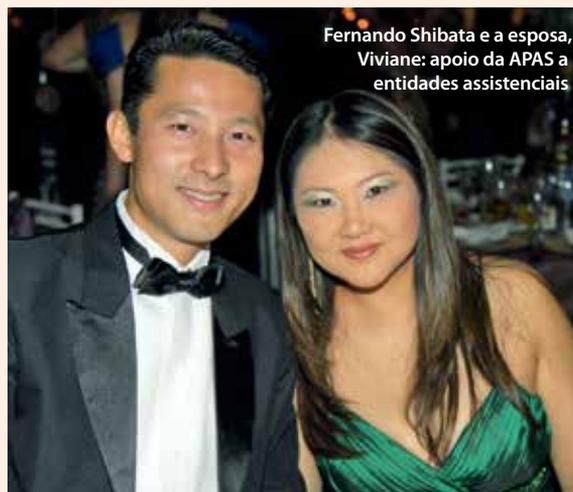
O jovem vovô e Manuela se encontram a cada quinze dias, já que ele mora em Ubatuba e a netinha em São José dos Campos. Mas a paparicação acontece todos os dias, pela internet. “Vejo fotos e falo com a família para matar a saudade.” Pelo jeito, a felicidade de Candinho e de sua esposa, a empresária Fátima Candinho, está só começando – o casal tem mais dois filhos.

REGIONAIS

Diversão e glamour por uma causa nobre

A APAS Regional Vale do Paraíba foi uma das patrocinadoras do baile de gala promovido pelo Fundo Social de Solidariedade de São José dos Campos, no Clube Luso Brasileiro de Campo, em 23 de julho. Foram arrecadados fundos para seis entidades sociais do município.

“As questões sociais estão entre as prioridades da APAS. É uma honra, para os supermercadistas, apoiar eventos como este”, afirma o diretor regional Fernando Shibata.



Fernando Shibata e a esposa, Viviane: apoio da APAS a entidades assistenciais



Campos do Jordão, na Serra da Mantiqueira: a vocação para o turismo foi despertada na década de 1940

Vanessa Rodrigues

Campos do Jordão: a Suíça é aqui

A chamada Suíça Brasileira oferece mais do que o clima: o turista conhece sabores e encontra beleza e tranquilidade

Ainda dá tempo de aproveitar o restinho do frio em uma das cidades mais charmosas do País: Campos do Jordão. Mesmo com toda a oscilação da temperatura, é possível curtir a chamada Suíça Brasileira, que recebe aproximadamente 1 milhão de turistas entre os meses de maio e agosto.

Mas a beleza e o friozinho gostoso não são os únicos atrativos de Campos do Jordão. A cidade é um dos principais pontos turísticos do mundo por conta do Festival Internacional de Inverno, evento de música erudita; do delicioso chocolate; da gastronomia e dos locais que podem ser visitados durante um passeio tranquilo. Entre os destaques está o Horto Florestal, parque que possui aproximadamente 8 mil hectares de matas preservadas. O Palácio do Governo, residência oficial de veraneio do

governador, também é uma boa dica. A arquitetura já vale a visita. A construção do imóvel deu-se entre os anos de 1938 e 1964. Já que possui um grande acervo, funciona como museu, onde os turistas encontram obras de Tarsila do Amaral, Di Cavalcanti, Cândido Portinari e Anita Malfatti.

Outro ponto que vale a pena conhecer é o Auditório Cláudio Santoro, construído para abrigar o Festival Internacional de Inverno. No local, em meio a uma imensa área verde, já são realizados outros eventos, como shows, espetáculos teatrais, convenções e congressos.

Campos do Jordão está em um local privilegiado, a 184 quilômetros de São Paulo, a cerca de 300 quilômetros do Rio de Janeiro e, em alguns trechos, faz divisa com o Estado de Minas Gerais.



Arquino APAS

SERVIÇO

Nova gerência para auxiliar os associados

A mais nova área, criada em agosto pela APAS, é a de Relações Institucionais, que cuidará dos projetos da presidência e de assuntos regulatórios e sustentabilidade. O executivo à frente do departamento é o gerente de Relações Institucionais, Rogério Miotto (foto). "Estamos ainda numa fase de adaptação. Até o fim deste ano, a prioridade será executar as ações previstas e planejar as diretrizes para 2012", diz Miotto.

"Entre as responsabilidades da área está o acompanhamento de assuntos regulatórios e a análise constante de propostas e projetos do poder público, antes que virem leis, levando em conta o interesse dos supermercadistas", afirma.

Para falar com Miotto, ligue 11 3647-5267 ou envie e-mail para rmiotto@apas.com.br.

Caixa eletrônico é um benefício para o seu comércio e para a sua comunidade.

**Não deixe que tirem isso de vocês.
Denuncie atividades suspeitas e ataques.**

O caixa eletrônico aumenta o fluxo de clientes e o volume de vendas em sua loja, além de ser mais um serviço que você oferece à população. Se você perceber alguma coisa suspeita, de dia ou de noite, ligue para o **Disque Denúncia 181**. Não é preciso se identificar. **E não esqueça:** nunca aceitem dinheiro manchado, queimado ou faltando pedaço.

**DISQUE
DENÚNCIA
181
SIGILO ABSOLUTO**

A LIGAÇÃO É CONFIDENCIAL E GRATUITA.
NÃO É PRECISO SE IDENTIFICAR.

APOIO:



Banco24Horas

**Instituto São Paulo
Contra a Violência**



SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA
DO ESTADO DE SÃO PAULO

NUNCA ACEITE
dinheiro manchado ou queimado



O MELHOR CAMINHO PARA CONQUISTAR GRANDES RESULTADOS EM 2012 É NA SALA DE AULA.

VEM AÍ A PROGRAMAÇÃO DE CURSOS DA ESCOLA APAS.

Quando você soma conhecimento e qualificação, multiplica as oportunidades para sua empresa. A Escola APAS tem os cursos mais adequados para você investir na especialização de sua equipe

e alcançar cada vez mais sucesso em seus negócios. A agenda de 2012 já está sendo definida, com novidades e novos conteúdos. Em breve, o catálogo estará disponível para consulta. AGUARDE.

PARA MAIS INFORMAÇÕES LIGUE
(11) 3647-5000 OU ACESSE
WWW.PORTALAPAS.ORG.BR

