

REVISTA »» ACONTECE APAS

O CANAL DO SUPERMERCADISTA DE SÃO PAULO | ANO II • EDIÇÃO Nº 14 • JULHO 2012



»» APAS LEVA ASSOCIADOS PARA CHICAGO

Primeira viagem técnica internacional levou os supermercadistas aos EUA, onde conheceram as principais tendências mundiais do varejo

»» Sacolas: APAS propõe novas ações aos consumidores

»» Encontros Happy Hour traz o palestrante Marcelo Tas

»» Escola APAS investe em novos cursos para colaboradores



O GRANDE PRÊMIO SUPERMERCADISTA
PARA A INDÚSTRIA BRASILEIRA.

AGUARDE.

18 | 10 | 2012

Administração e Realização



Revista Oficial



Apoio



Promoção e Organização





Presidente: João Galassi

1º Vice-presidente: Chalim Savegnago

2º Vice-presidente: Carlos Alberto Binato

3º Vice-presidente: Ronaldo dos Santos

Vice-presidentes: Aparecido Omote, 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, Orlando Morando Junior, 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



Veículo institucional da Associação Paulista de Supermercados

Diretor: Orlando Morando Júnior

Editor: Joaquim Ferreira

Coordenação editorial: Fernanda Junqueira

Reportagem: Juliana Carlos e Neide Martingo

Fotografia: Eliane Cunha, Paulo Pepe e

Arquivo APAS

Produção: Promovisão • www.promovisao.com.br

Diagramação: Paulo Garcia

Revisão: Rita Cino

Tratamento de imagem: Artnet Digital

Produção gráfica: Fernanda Pieroni

Impressão: Ibepe 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: (11) 3647-5027 ou comercial@promovisao.com.br

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

Acesse: www.portalapas.org.br/

www.vamostiraroplanetadosufoco.org.br

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

www.facebook.com/portal.apas

Mudança de hábito para uma vida sustentável

A cultura do desperdício não é mais compatível com um povo que busca uma sociedade sustentável



Cumprimos mais um importante passo rumo a uma sociedade mais sustentável. Apesar da determinação da 1ª Vara Central da capital paulista, que fez voltar em 28 de junho a distribuição das sacolas descartáveis nos supermercados do Estado de São Paulo, continuamos com o nosso firme propósito de conscientizar a população para evitar a cultura do descarte e tornar o uso das sacolas reutilizáveis um hábito saudável.

Nosso trabalho, iniciado há quase dois anos em Jundiá – cidade do interior onde foi implantado o projeto piloto de substituição das sacolas descartáveis por reutilizáveis – não foi em vão. A APAS incentiva agora seus associados a realizarem ações promocionais

e sorteios para os consumidores que utilizarem ecobags nas compras. Além disso, instruiu os supermercadistas a atender de forma racional, isto é, com a distribuição das sacolinhas em quantidade suficiente para satisfazer as necessidades dos consumidores.

Nossa campanha tem cumprido sua meta: de 4 de abril, quando passou a valer o TAC – firmado pela APAS, Ministério Público Estadual e Procon-SP, a 27 de junho, 40 milhões de paulistas mudaram seus hábitos. Neste período, foram retirados de circulação 1,2 bilhão de sacolas descartáveis.

Assumimos a bandeira em prol do meio ambiente. Nossa campanha pelo uso racional das sacolas descartáveis, que segue as orientações do Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis do Governo Federal, e o acordo assinado com o Governo do Estado de São Paulo têm produzido resultados muito positivos. Cidades como Jundiá, Americana, Monte Mor, Marília e a capital mineira Belo Horizonte, dentre outras, que implantaram o programa há mais tempo são exemplos para o Brasil de como a população aderiu aos novos hábitos de consumo não poluidores. E, no Estado de São Paulo, o programa vem colaborar e atender em grande parte o cumprimento das normas da Lei de Resíduos Sólidos, que entra em vigor em 2014.

Ainda este mês iniciamos uma nova etapa do nosso incansável trabalho de conscientização da sociedade em busca de uma vida mais sustentável, com ganhos para todos.


João Galassi

Sumário

Mensagem do Presidente ... *pág. 3*

Mudança de hábito e vida sustentável

Diretorias *pág. 4-9 e 14-17*

Capa *pág. 10*

Viagem internacional a Chicago

Indicadores *pág. 18*

Serviços *pág. 19*

Social *pág. 20*

Perfil: Marcelo F. Neto *pág. 21*

No céu, na pista e no supermercado

Lazer/Viagens: Pará *pág. 22*

Sabores, cores e aromas. Belém é pura poesia

PRODUTOS

"O consumidor vive em tempo real", diz Marcelo Tas

Para ele, o supermercadista antenado aproveita as mídias sociais para aperfeiçoar seus negócios

Saber ouvir. Esta foi a dica deixada pelo jornalista, apresentador do programa "CQC" (TV Bandeirantes) e um dos maiores especialistas em redes sociais Marcelo Tas, no Encontro APAS Happy Hour, realizado em 14 de junho. Para ele, a maior revolução trazida pelas mídias digitais no varejo é a possibilidade de receber em tempo real o *feedback* dos consumidores. "Rede é feita de gente, e gente cada vez mais informada", afirma.

Tas utiliza o microblog Twitter para saber o que os telespectadores acham do seu programa. Ele citou o uso desta rede social pela própria entidade, como um instrumento gratuito de divulgação dos produtos e serviços da APAS. O palestrante chamou ainda a atenção dos associados para uma nova oportunidade no mercado. "Precisamos abrir os olhos e enxergar um novo consumidor, cada vez mais ávido à qualidade, que não

espera o produto chegar: ele busca, pesquisa, critica, é ativo e tudo em tempo real. Isso transformou o varejo", disse. Para ele, o supermercadista antenado aproveita as mídias sociais para aperfeiçoar seus negócios. "Uma crítica do internauta pode servir de parâmetro para avaliar o seu trabalho", recomendou.

Mais de 400 empresários do setor acompanharam a palestra no Espaço APAS Centro de Convenções, em São Paulo. Também houve transmissão simultânea nas Regionais Araçatuba, Bauru, Marília, Presidente Prudente, Ribeirão Preto e São José do Rio Preto, no interior. Omar Abdul Assaf, vice-presidente da APAS e delegado junto à Abras, abriu o evento e saudou a diretoria presente. "Este é o primeiro encontro após a Feira APAS 2012. É uma grande alegria reunir nosso setor neste momento de descontração", disse.

Recado da APAS

Os associados tiveram a oportunidade de compartilhar conhecimentos sobre um tema atual: o uso das redes sociais em seus negócios. Marcelo Tas informou sobre como o consumidor se comporta no ponto de venda e na internet, ao realizar compras por meio do e-commerce, por exemplo. A ideia é conhecer e utilizar as ferramentas sociais para não ficar para trás.

Acompanhe também as redes sociais da APAS: curta a página no Facebook (www.facebook.com.br/portal.apas) e siga o Twitter (www.twitter.com/infoapas).

O sucesso dos negócios está na internet

A APAS recebeu supermercadistas em mais uma edição do Encontros Happy Hour. O palestrante Marcelo Tas falou sobre redes sociais: virtudes e efeitos colaterais da nova comunicação digital. Veja quem prestigiou o evento.

Fotos - Denis Ribeiro



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10

1. **Rafael Colombo**, mestre de cerimônias do evento, **Carlos Corrêa**, **Marcelo Tas**, **João d'Almeida Filho** e **Omar Abdul Assaf**

2. **João d'Almeida Filho**, **Rogério Miotto**, **Omar Abdul Assaf**, **Romano Pansera**, **Marcelo Tas**, **Alan Augusto** (da J. Almeida Distribuidora, patrocinadora master do evento), **José Eduardo Vaz de Carvalho**, **Fabiano Benedetti**, **João** e **Suzana Sanzovo**, **Pedro Lopes Brandão** e **Carlos Corrêa**

3. **Omar Abdul Assaf**, vice-presidente e delegado junto à Abras – representando o presidente João Galassi – abriu o evento no Espaço APAS Centro de Convenções

4. **José Almeida** (da J. Almeida Distribuidora, patrocinadora master do evento), **Omar Abdul Assaf** e **Marcelo Tas**

5. **Gustavo Taniguchi** e **Leandro Martins Caires**, da Iveco Caminhões (patrocinadora do evento)

6. **Taís Zanetti**, **Rafael Herrera**, **Cibele Castro** e **Edilaine Santos**, do Azeites Cardeal (Bunge Brasil, patrocinadora do evento)

7. **Romarli Lima**, **Adriana Pinto** e **Maria Betânia Bueno**, da Parllare Palestras e Negócios

8. Mais de 400 pessoas acompanharam a palestra no Espaço APAS Centro de Convenções

9. **Silvia Ferraz**, **Iva Amoroso**, **Cácio Machado Filho** e **Henrique Crespi**

10. Prosegur (empresa patrocinadora) trouxe um caricaturista que desenhou caricaturas de convidados em canecas



SUSTENTABILIDADE

Por um planeta mais sustentável

APAS propõe novas ações para mudar os hábitos de consumo da população do Estado

Por determinação da 1ª Vara Central da capital paulista, desde o dia 28 de junho as sacolas descartáveis passaram a ser distribuídas gratuitamente no Estado de São Paulo. No entanto, como é de direito, a entidade entrará com recurso com o objetivo de reverter a determinação. Além disso, o setor segue no empenho de conscientizar a população para evitar a cultura do descarte e tornar o uso das sacolas reutilizáveis um hábito saudável.

A proposta da APAS é construir, junto com os consumidores, uma sociedade mais sustentável. Para isso, continuará a realizar ações promocionais, mostrando à população a importância de todos optarem pelas sacolas reutilizáveis. Em pronunciamento transmitido ao vivo pela internet para os associados, no dia 27 de junho, o presidente João Galassi afirmou que os supermercadistas atenderão, de forma racional (em quantidade suficiente), as necessidades do consumidor no momento das compras. Ele pontuou as próximas ações da entidade em relação à campanha das

sacolas: “em breve as lojas receberão um novo material de divulgação, com documentário educativo para os consumidores. Outra novidade será a produção de vídeos explicativos para os colaboradores.”

A entidade entende que a distribuição “gratuita” das sacolas descartáveis – na verdade, elas são pagas pelos consumidores, já que os valores estão embutidos nos preços dos produtos – é uma atitude que não colabora com o meio ambiente. “A campanha está cumprindo a meta. Em 80 dias, de abril a junho, mudamos o hábito de 40 milhões de paulistas. Foram retirados de circulação mais de um bilhão de sacolas descartáveis”, ressalta Galassi.

O próximo passo será levar ao conhecimento da Justiça os detalhes da proposta que foi levada ao Ministério Público, e que está em andamento. As propostas encaminhadas ao Ministério Público e ao Procon-SP complementam a campanha que teve início há quase dois anos, e o objetivo é atender os consumidores que esquecem de levar a sacola reutilizável na hora das compras.

Alternativas

As sugestões da APAS são práticas. Os supermercados deverão disponibilizar sacolas feitas com materiais renováveis ou reciclados, de baixo impacto ambiental, como papel, biocompostável ou de plástico verde. Além disso, a entidade estimula a logística reversa, por meio das ações sustentáveis dos consumidores com a compensação do valor pago pela sacola na próxima compra, se for devolvida junto com o tíquete emitido pelo caixa. Essas sacolas serão destinadas à reciclagem e à produção de sacos de lixo e vão contribuir para baixar ainda mais os preços no Estado de São Paulo, que já recuaram 6,39% no acumulado do ano.

Por entender que a sustentabilidade envolve toda a cadeia, a APAS se propõe a somar esforços com a indústria e fornecedores para estimular a produção de embalagens e produtos mais sustentáveis. Para isso, ajudará a organizar *workshops* e debates sobre

varejo sustentável, responsabilidade socioambiental, redução dos impactos da logística de distribuição e coleta seletiva de materiais.

A proposta contempla ainda a criação de um fundo socioambiental, com recursos provenientes da compra dessas sacolas, com o objetivo de promover a educação ambiental e atender a população atingida pelos efeitos das mudanças climáticas.

Recado da APAS

Os supermercadistas devem redobrar a atenção no que se refere à campanha que substitui as sacolas descartáveis por reutilizáveis. Quem aderiu à ação não pode esquecer que é um multiplicador de ideias, que têm o objetivo de preservar o meio ambiente. Só com informação será possível mudar hábitos. E essas informações serão levadas por você, supermercadista, que tem contato diário com os consumidores.

APAS participa da Arena Socioambiental na Rio+20

A APAS marcou presença na Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável – Rio+20, realizada no dia 21 de junho, no Rio de Janeiro. O presidente João Galassi participou do painel “Desenvolvimento Territorial, Sustentabilidade e Mercados”, da Arena Socioambiental, e um dos assuntos do debate, mediado pela jornalista Belisa Ribeiro, foi a campanha de substituição de sacolas descartáveis por reutilizáveis nos supermercados do Estado de São Paulo.

Galassi esteve presente na Rio+20 a convite da Ministra do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), Tereza Campello. “Não estamos tratando de sacolinhas, mas de pessoas, de bueiros entupidos, de sacolas disponibilizadas de forma irracional. Falamos do fim da cultura do descarte. Este não é só um trabalho da APAS, mas do Governo Federal, que já manifestou apoio à nossa campanha, por meio do Ministério do Meio



O secretário de Reordenamento Agrário do Ministério do Desenvolvimento Agrário Adhemar Lopes de Almeida, a jornalista Belisa Ribeiro, a conselheira do Pnud na América Latina e Caribe Emma Torres e o presidente João Galassi

Ambiente”, afirmou Galassi. E concluiu: “os supermercados paulistas manterão a política de substituir as sacolas descartáveis, tendo em vista que esse movimento vem ganhando corpo mundialmente.”

Para o presidente da APAS, a consciência ambiental e a adaptação das pessoas à cultura da sustentabilidade resultam em impacto positivo nas comunidades, por trazer benefícios diretos aos moradores na forma de menos poluição, fim das enchentes, incentivo à reciclagem, conscientização sobre os malefícios do descarte e destinação correta do lixo. “Em apenas dois meses, depois que iniciamos uma forte campanha de

mudança de hábitos com a substituição das sacolas descartáveis pelas reutilizáveis, contribuímos para evitar uma grande agressão ao meio ambiente. Ou seja, deixamos de distribuir 4 mil toneladas de sacolas que, se amarradas umas às outras, dariam 9 voltas em torno do planeta.”

Também estiveram na Rio+20 os diretores da APAS Toni Gandra (Responsabilidade Ambiental), Omar Abdul Assaf (delegado junto à Abras), Erlon Ortega (APAS Regional Bauru), Renato Martins (APAS Regional São José do Rio Preto), o superintendente Carlos Corrêa e os gerentes Rogério Miotto e Joaquim Ferreira.



Equipe da APAS: o superintendente Carlos Corrêa, o gerente de Relações Institucionais Rogério Miotto, o diretor Renato Martins (Regional São José do Rio Preto), o gerente de Comunicação Joaquim Ferreira, o diretor Erlon Ortega (Regional Bauru), o diretor Toni Gandra (Responsabilidade Ambiental) e Omar Abdul Assaf (delegado junto à Abras)

Rua Verde une meio ambiente, cidadania e gastronomia

A charmosa Rua Amauri, nos Jardins, em São Paulo, transformou-se, no dia 17 de junho, na Rua Verde, projeto que une sustentabilidade e beleza e que contou com o apoio da APAS. A primeira edição do evento, de iniciativa do Grupo Doria, reuniu mais de 8.000 pessoas.

Os visitantes encontraram, em um só lugar, lazer, entretenimento, cultura e gastronomia saudável. A

participação da APAS na Rua Verde levou informação aos pequenos cidadãos por meio de diversão. Afinal, o futuro do planeta está nas mãos deles. Os pequenos se ocuparam em uma oficina de pintura feita em sacolas reutilizáveis. Eles decoraram ecobags de pano com desenhos que incentivam a prática ecológica de substituição das sacolas descartáveis nas compras.



Oficina de pintura em sacolas reutilizáveis: conscientização ambiental

Enquanto davam asas à imaginação, as crianças aprenderam que cada cidadão pode fazer a sua parte para preservar os recursos naturais. “A Rua Verde representou

uma experiência única. As crianças fizeram pinturas personalizadas e participaram de um movimento que eleva a cidadania”, afirmou o presidente da APAS João Galassi.

APAS apoia a Festieco Bauru

A APAS tornou-se paradigma quando o assunto é a preocupação do varejo com o meio ambiente. Prova disso é a presença da entidade no maior evento sobre sustentabilidade do interior paulista. A APAS expôs seus projetos em um estande do Festival de Tecnologia e Inteligência Ecológica, o Festieco 2012, realizado em Bauru

nos dias 14 a 17 de junho. Os cerca de 15 mil visitantes acompanharam as soluções sustentáveis apresentadas pelos expositores, além de palestras e *workshops*.

O festival tem o apoio da Prefeitura de Bauru e da Secretaria Municipal do Meio Ambiente. “Estamos diante da nova Política de Resíduos Sólidos no Brasil, que começa a vigorar em 2014. Desde 2008, a APAS tem desenvolvido projetos para atender a estas exigências, dentre eles a substituição de embalagens descartáveis por reutilizáveis, ação que também está em sintonia com o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis do Governo Federal”, destaca o presidente da APAS João Galassi.

“A APAS teve a oportunidade de apresentar a visão do setor sobre o tema sustentabilidade, de como os associados podem colaborar na venda, no comércio e na produção sustentável”, afirma o diretor da APAS Regional Bauru Erlon Godoy Ortega. Para ele, a vantagem do Festieco foi aproximar a APAS da população. “Durante os quatro dias recebemos estudantes, professores, profissionais e famílias em busca de conhecimento sustentável”, disse Ortega. O Guia da Loja Verde, lançado pela entidade em outubro do ano passado, também foi distribuído aos visitantes.



Feira ganhou estande da APAS: estudantes, professores e profissionais em busca de conhecimento sustentável



Associados, diretores e o superintendente Carlos Corrêa visitaram diversas lojas, como a Jewel-Osco, uma das maiores redes de supermercados de Chicago

Associados conhecem líderes do varejo mundial em Chicago

Primeira viagem internacional foi marcante para os supermercadistas, que pretendem implantar as novidades no Brasil

Mesmo o mais experiente e sábio profissional precisa expandir horizontes e conhecer novas práticas para abrir portas e diversificar negócios. Com este pensamento, um grupo de supermercadistas partiu para Chicago, nos Estados Unidos, para saborear uma viagem técnica. Os varejistas visitaram diversas redes, não só de supermercados, acompanhados pelo professor e consultor de varejo João Carlos Lazzarini. A viagem foi organizada pela APAS, que criou um pacote exclusivo incluindo transporte aéreo, hospedagem e visitas técnicas em lojas.

A viagem, que uniu o convívio de profissionais da mesma área com o conhecimento de inovações do

“Separei fotos, slides, documentos e folhetos para explicar aos meus colaboradores como é a rotina do varejo norte-americano. Pelo menos em um aspecto os supermercados brasileiros estão à frente: o calor humano e o contato com os consumidores não se repete em lugar nenhum do mundo.”

Plácido Messias Filho

diretor da APAS Regional Marília e do Supermercado Palmital

setor, tornou-se uma experiência ímpar. “A primeira viagem técnica da APAS deu aos supermercadistas a oportunidade de ter contato com experiências internacionais. Isso provoca a ampliação de conhecimento, que se traduz em melhores práticas e melhor atendimento ao consumidor. Todos ganham”, afirmou o presidente da APAS João Galassi.

O professor e consultor Lazzarini ressaltou a oportunidade que os participantes tiveram em aprofundar novos conhecimentos: “os momentos agradáveis fizeram com que os executivos relaxassem e assimilassem melhor as novidades. O grupo teve contato com as grandes tendências e as operações de varejo de líderes mundiais do mercado”.

A escolha do destino não foi à toa. Chicago é a segunda maior economia norte-americana e abriga grandes cadeias varejistas, de luxo e de massa. O grupo ficou na cidade entre os dias 9 e 13 de junho, e as lojas visitadas foram Dominick’s, Jewel-Osco, Meijer, Mariano’s, Trader

As palestras da Nielsen foram ótimas. A atualização de ideias é imprescindível para quem lida com o público final. Além disso, os modelos de loja de lá são igualmente admiráveis.

Armando Jorge Peralta

presidente do Conselho Consultivo e diretor de Administração, Finanças e Ações Sociais da APAS

Joe’s, Whole Foods, Walgreens Flagship (loja âncora), Costco (clube de compras) e Target (loja de departamentos). Além disso, eles conheceram os escritórios da Nielsen em Chicago, onde foram recebidos pelo diretor de atendimento da Nielsen Brasil Olegário Araújo, e participaram de palestras sobre varejo.

Cada um dos participantes absorveu as informações

Fotos: Arquivos APAS



Ao lado, Armando Peralta, João Galassi, Rodolfo Savegnago e João Carlos Lazzarini entregam placa de agradecimento a gerente do Walgreens: além de medicamentos, rede de farmácias vende alimentos e bebidas

Abaixo, passeio por Chicago: imersão em grandes cadeias varejistas, de luxo e de massa



adquiridas durante a viagem técnica, tirou suas conclusões e já está planejando como poderá adaptar tantas novidades à rotina no Brasil. O que mais chamou a atenção de todos foi a diversidade de itens, como os produtos prontos, a tecnologia e a praticidade.

“Aqui no Brasil não se dá tanta prioridade a alimentos congelados, assim como à linha de *fast foods* dos Estados Unidos. Outra área bastante trabalhada é a de hortifrúti”, afirma o diretor da APAS Regional Presidente Prudente Pedro Nicoluci. “Os consumidores de Chicago têm sempre à disposição uma quantidade enorme de marcas e produtos. Fiquei impressionado”, disse Nicoluci.

Os consumidores de Chicago têm sempre à disposição uma quantidade enorme de marcas de produtos. Fiquei impressionado.

Pedro Nicoluci

diretor da APAS Regional Presidente Prudente e da rede de supermercados Estrela

Já o presidente do Conselho Consultivo e diretor de Administração, Finanças e Ações Sociais da APAS Armando Peralta, destaca as palestras da Nielsen como as atividades que mais o marcaram na viagem. “As palavras jogaram luz no trabalho dos varejistas que assistiram às apresentações. A atualização de ideias é imprescindível para quem lida com o público final. Além disso, os modelos de loja são igualmente admiráveis”, ressaltou Peralta.

Os associados elogiaram a iniciativa da APAS. O vice-diretor da APAS Regional Bauru e do Supermercado Burgão, Airton dos Santos Burgos Bacan, por exemplo, nunca havia viajado ao exterior. Para ele, foi ótimo conhecer Chicago durante uma viagem técnica. “O investimento valeu a pena. Como eu não falo inglês, recebi todo o suporte da APAS durante as visitas às redes varejistas. O atendimento foi excelente”, disse Burgos, que pretende aproveitar as próximas viagens técnicas organizadas pela APAS.

Apesar da experiência de cada um dos participantes, houve supermercadista que considerou a viagem uma grande surpresa, do começo ao fim. “É preciso adaptar as inovações nas nossas lojas no Brasil. A praticidade



Associados no Dominick's: lojas com foco na variedade de produtos, oferta de serviços e atendimento ao consumidor

é tanta que os consumidores de lá já encontram embalagens de saladas vendidas com o molho. Basta misturar”, disse o diretor dos Supermercados Aquarius José Lindolfo Candinho, também vice-diretor da APAS Regional Vale do Paraíba. Ele lembrou que lá não existe ruptura. “A reposição de produtos independe dos funcionários. As gôndolas são inclinadas, e isso faz com que quando um item é retirado, outro já cai, automaticamente”, completou.

A tecnologia foi outro ponto que chamou a atenção do grupo de “turistas” em Chicago. “Os caixas dos supermercados da cidade devolvem o troco aos consumidores em cédulas. As moedas são colocadas num pequeno reservatório, automaticamente, pelo próprio equipamento, para que os consumidores peguem. Isso evita troco errado e agiliza o atendimento”, detalha o diretor de Regionais e Distritais APAS Palimércio de Luccas.

O diretor da APAS Regional Marília Placídio Messias Filho ficou tão animado com o que viu que decidiu transmitir as informações para a equipe de 85 funcionários do Supermercado Palmital, do qual é diretor. Para isso, foi feita uma reunião especial. “Separei fotos, slides, documentos e folhetos para explicar como é a rotina do varejo norte-americano. Mas, pelo menos em um aspecto os supermercados brasileiros estão à frente: o calor humano e o contato com os consumidores não se repete em lugar nenhum do mundo”, disse, orgulhoso.

Em Chicago, a logística é muito bem organizada. A entrega das mercadorias é legítima, os supermercadistas não se preocupam. Uma realidade que faz falta no Brasil.

Jad Zogheib

diretor de Gestão Operacional e Comercial da APAS e da rede de supermercados Confiança

Um exemplo bacana é que lá não existe ruptura. As gôndolas são inclinadas, e isso faz com que quando um item é retirado, outro já cai, automaticamente.

José Lindolfo Candinho

vice-diretor da APAS Regional Vale do Paraíba e diretor dos Supermercados Aquarius

Referência mundial

Nem os detalhes passaram despercebidos dos olhares atentos dos supermercadistas brasileiros. O diretor da rede Savegnago, Murilo Savegnago, afirmou que o corredor não ganha prioridade na iluminação, e sim os produtos, nas prateleiras. “Sendo assim, os corredores ganham a luz que se reflete dos itens. É diferente e oferece um efeito bacana”, elogiou.

“A logística é muito bem organizada. A entrega das mercadorias é legítima, os supermercadistas não se preocupam. Uma realidade que faz falta no Brasil”, ressaltou o diretor de Gestão Operacional e Comercial da APAS Jad Zogheib. Para ele, é necessário dar prioridade ao investimento em infraestrutura no Brasil.

Recado da APAS

A viagem dos associados da APAS a Chicago faz parte de uma agenda da entidade. A ideia é promover sempre o aumento de conhecimento, a troca de experiências e trazer novas tecnologias que propiciem o melhor atendimento e a prosperidade do setor. A primeira viagem internacional foi um sucesso. Aguardem em breve mais novidades.

RELACIONAMENTO COM O ASSOCIADO

Troca de experiências na Caravana de Santos

Projeto é uma ação da Diretoria de Relacionamento com o Associado

Um animado grupo de supermercadistas da APAS Regional Baixada Santista visitou a sede da APAS, em São Paulo, no dia 1º de junho. A caravana foi recebida pelo superintendente Carlos Corrêa e pelos gerentes dos departamentos da entidade. As atividades tiveram início com um bate-papo para que os associados desta regional conhecessem todos os projetos desenvolvidos pela APAS.

Depois do almoço houve a troca de experiências na prática. Os supermercadistas tiveram a oportunidade de conhecer duas grandes operações: primeiro o Hipermercado Andorinha, na zona norte da capital paulista, depois o Varanda – loja que virou ponto obrigatório dos amantes da alta gastronomia, no bairro Cidade Jardim (zona sul).

“Este é um momento importante para nós. Com a visita, pudemos conhecer os supermercadistas da Baixada Santista e entender as dificuldades do setor. A ação ajuda a fazer uma APAS melhor”, afirma o superintendente Carlos Corrêa. O diretor regional Carlos Varandas também acompanhou o grupo. “Esta é uma oportunidade de relacionamento que proporciona uma experiência agradável e descontraída aos nossos associados. Todos aprovaram, pois obtiveram novos conhecimentos”, ressalta Varandas.

Uma das participantes da caravana santista foi a diretora do Armazém Camões Leandra Ferreira da Silva. “A visita foi muito interessante em diversos aspectos. Trocamos experiências com os colegas e tivemos contato com a maneira de trabalhar das redes de

Foto: Comunicação APAS



Supermercadistas da caravana: conhecimentos compartilhados



Grupo visita o Hipermercado Andorinha, na zona norte

São Paulo. Além disso, conhecemos as oportunidades que a APAS oferece ao associado. Uma viagem alegre e proveitosa”, diz Leandra. “É importante ficar bem informado.”

Já o diretor do Supermercado Forte da Barra, João

Alberto Costa, detalha que muitas das práticas vistas em São Paulo podem ser utilizadas em seu negócio. Alguns exemplos são o sistema de controle de trocas de produtos e a exposição dos itens no ponto de venda, imprescindível para chamar a atenção do consumidor.

Conheça os participantes da Caravana de Santos

Empresa	Nome	Cidade
Supermercados Varandas	Carlos Varandas e Carlos Alberto de Amorim Varandas	Santos
Armazém Camões	Leandra Ferreira da Silva Bilu	Santos
Supermercados Marfran	Marcos França Passos e Henrique Freitas França Passos	Praia Grande e Santos
Supermercados Pirâmide	Omar Abdul Assaf	São Vicente
Supermercados Cuca	Adelson Ferreira Passos	Praia Grande
Supermercado Forte da Barra	João Alberto Costa	Santos
Supermercado Forte Itapema	Eduardo de Oliveira Martins	Guarujá
Dia%	Augusto Pereira	Santos
Supermercados Jangada	José Carlos Gonçalves e Walter da Fonseca Jr.	Santos
Supermercados Bolshoi	Carlos Rodrigues Gouvea	Santos
Supermercados Jóia	Antônio Carlos Pinheiro de Almeida	Guarujá
Supermercado Ao Fiel Barateiro	Ulisses Alves Domingues	São Vicente
Patrocinador: Kodillar	Valdernei Franco	São José do Rio Preto

ASSUNTOS JURÍDICOS E FINANCEIROS

Balanças precisas e funcionais

APAS e Ipem-SP lançam cartilha que ensina a comprar, instalar e manter os equipamentos, fundamentais para a operação da loja

Prevenir e evitar perdas. Uma sabedoria que ganhou prioridade na APAS e nos serviços prestados aos associados. O assunto, desta vez, é a cartilha que orienta sobre as irregularidades e faz um alerta para o supermercadista aprimorar as práticas comerciais. A publicação é fruto de parceria da APAS e do Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo (Ipem-SP), órgão vinculado à Secretaria Estadual da Justiça e Defesa da Cidadania.



O "Ipem-SP Explica" traz dicas de como o varejista deve agir em relação às balanças, aos produtos pré-medidos, têxteis, de certificação compulsória e também aos itens de etiquetagem compulsória. Os supermercados, em geral, possuem balanças para atendimento ao consumidor, que determinam o peso dos produtos pré-medidos (como refrigerantes e biscoitos) e para a conferência de itens

adquiridos. Estes equipamentos são verificados e fiscalizados periodicamente pelo Ipem-SP. A cartilha ensina como comprar, instalar, operar e fazer a manutenção de forma correta de uma balança, por exemplo.

"Esta é mais uma importante parceria que o setor supermercadista paulista conquista. Juntos, podemos estudar, discutir e propor soluções para que os consumidores sejam melhor atendidos", disse o diretor de Assuntos Jurídicos e Financeiros Roberto Longo Moreno.

Divulgação



Cartilha APAS e Ipem-SP: mais um benefício aos associados

A cartilha é a primeira de várias ações que deverão ser implantadas em parceria com o Ipem-SP. Em caso de dúvidas, críticas ou sugestões sobre futuros temas para serem abordados nas próximas cartilhas, os associados podem entrar em contato com a Central APAS de Relacionamento, no telefone (11) 3647-5000.

Recado da APAS

A cartilha APAS e Ipem-SP é mais um benefício para os associados. O material foi elaborado com o objetivo de prevenir irregularidades e aprimorar as relações de consumo, uma vez que o maior patrimônio do supermercadista é o consumidor. O material foi enviado pelo correio, mas também é possível fazer *download* no Portal APAS: www.portalapas.org.br.



Arquivo APAS

T&D

Escola APAS investe em novos cursos

Associados têm conteúdo atualizado nos cursos, presenciais ou à distância, para melhorar a atuação nas lojas

A Diretoria de Treinamento e Desenvolvimento tem muitas novidades para os associados neste mês de julho. Todo supermercadista enfrenta, no dia a dia, a falta de funcionários qualificados e treinados para ocupar as vagas nos vários setores das lojas. Por isso, a APAS intensifica a quantidade de cursos voltados a quem trabalha no setor e precisa – ou quer – sempre melhorar.

A novidade é a parceria da APAS com a Itaiquara Alimentos. Com ela surgiram as oficinas de confeitaria, panificação e massas semi-folhadas. São cursos com 16 horas de duração, realizados em dois dias. A ideia é oferecer aos colaboradores dos associados a oportunidade de exercitarem e aperfeiçoarem o trabalho prático, levando em conta a higiene na manipulação.

O projeto piloto está sendo feito na Escola Senai Horácio Augusto da Silveira, na Barra Funda (zona oeste de São Paulo), e o associado pode inscrever um funcionário por loja. Mas atenção: o aluno tem que trabalhar na seção de padaria ou confeitaria. Para obter mais informações e fazer a inscrição, gratuita para os associados, a APAS disponibilizou sua Central de Relacionamento, no telefone (11) 3647-5000.

E-Super

E por falar em treinamento e profissionalização, a Escola APAS oferece ainda a capacitação dos colaboradores por meio da internet com o E-Super. Foram criados mais três novos cursos: Atendente de Rotisseria, Ética nos Negócios e Recebimento de

Mercadorias, e em julho será a vez de Contratos de Trabalho: Admissão e Rescisão, Jornada de Trabalho e Relações de Emprego.

O pódio é a prova de que os cursos online são cada vez mais procurados. O França está em primeiro lugar como o supermercado cujos funcionários mais obtêm aprendizado; em segundo lugar está o Supermercados Federzoni e, em seguida, o Proença Supermercados. Os colaboradores que mais se destacaram são João Passeti, do Proença Supermercados, e Franciele Amorim e Aline Ribeiro, ambas do Supermercado França.

Raio-x dos salários

Uma troca de experiências e informações que vai possibilitar a melhora das relações do trabalho no setor supermercadista. Por meio de uma pesquisa elaborada em parceria com as diretorias de Economia e Pesquisa e T&D da APAS, os associados vão saber como reter a mão-de-obra e qual é a média salarial das funções de cada região do Estado de São Paulo. “A retenção de talentos é um dos grandes desafios do supermercadista atualmente. Além disso, com o levantamento, o associado poderá fazer melhores contratações e terá condições de tomar decisões de forma mais segura”, afirma o diretor de T&D Pedro Celso Gonçalves.

“Todos os que responderam terão acesso ao resultado, e poderão, desta forma, tomar melhores decisões no negócio”, diz o diretor de Economia e Pesquisa Martinho Paiva Moreira.

Inflação desacelera em junho em relação a maio

O Índice de Preços nos Supermercados (IPS/APAS), calculado pela Fipe, registrou em junho alta de 0,84% em relação a maio, quando o índice havia registrado alta de 0,97%. Em 12 meses, a alta é de 6,49% e no acumulado do ano foi registrada elevação de 2,29%. As categorias que mais impactaram para a elevação dos preços foram os produtos *in natura* (6,12%) e as bebidas alcoólicas (2,57%). O grupo de carnes, cereais e leite apresentou queda de 0,31%, os produtos industrializados e as bebidas não-alcoólicas tiveram alta, de 0,60% e 0,15% respectivamente, enquanto os produtos de limpeza registraram alta de 0,33% e higiene e beleza, elevação de 0,63%. Os aumentos de preços neste mês tiveram relação direta com os impactos na oferta dos itens *in natura* diante de problemas climáticos que afetaram algumas culturas agrícolas no Brasil e no Estado de São Paulo. Mas, de modo geral, a inflação nos seis primeiros meses do ano indica que os preços nos supermercados devem permanecer em ritmo de elevação moderada em relação ao ano anterior.

Índice de vendas aponta crescimento em 2012

O faturamento real dos supermercados no Estado de São Paulo (deflacionado pelo IPS/APAS) registrou alta de 3,75% nos meses de janeiro a maio, no conceito todas as lojas, em comparação com o mesmo período de 2011. Já no conceito mesmas lojas, a alta foi de 6,20%. Na comparação mensal, o mês de maio registrou queda de 3,49% em relação a abril, que já era esperada diante do bom desempenho verificado nos três primeiros meses do ano (janeiro, fevereiro e março), sendo que em abril já houve sinalização de redução do ritmo de crescimento. Assim, há a acomodação das vendas em um ritmo mais condizente com a conjuntura econômica. Por sua vez, os hipermercados registraram queda de 0,16% no conceito todas as lojas e alta de 0,72% no conceito mesmas lojas, no acumulado dos primeiros cinco meses do ano, se comparado ao mesmo período de 2011. Vale ressaltar que os resultados em maio tendem a ser inferiores e apresentam até retração diante da base de comparação com abril, mês em que o efeito da Páscoa atuou de maneira expressiva nas vendas do setor. A elevação do salário mínimo e o crescimento do emprego e da renda continuarão sendo os elementos que determinarão o desempenho das vendas ao longo de 2012, contribuindo para um crescimento acima dos demais setores da economia brasileira.

Otimismo no setor se mantém estável

A Pesquisa de Confiança dos Supermercados do Estado de São Paulo (PCS/APAS) registrou em junho otimismo estável em relação a maio. Dos entrevistados, 35% apontaram otimismo com relação ao ambiente econômico atual e futuro, enquanto 22% mostraram-se pessimistas e 43% mantiveram-se neutros. A expectativa futura mostrou otimismo mais elevado quando comparado à percepção atual. O otimismo com relação ao futuro foi de 41%, enquanto o pessimismo atingiu 22%. Já no que diz respeito à percepção atual, o otimismo atinge 29% dos entrevistados, e o pessimismo 32%. A confiança do setor é influenciada de maneira direta por variáveis relacionadas ao setor supermercadista em relação ao momento atual e futuro, como a percepção otimista com relação às vendas nos supermercados (39%), nível da taxa de juros no Brasil (32%) e taxa de inflação (16%). A confiança do setor ao longo do primeiro semestre do ano reflete o comportamento da evolução da economia brasileira e mundial. Enquanto a economia registrar um ambiente de confiança diante da queda da taxa de juros, aumento das vendas e comportamento satisfatório no mercado de trabalho, o otimismo continuará em elevação ao longo de 2012.

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

Cientes que geram bons negócios

Área Comercial faz contato com as empresas da indústria para que estejam presentes em eventos da entidade

Cada um dos departamentos da APAS faz a sua parte para que as necessidades de seus associados sejam atendidas. Mas a área comercial se destaca por uma razão bastante importante: é por meio dela que o dinheiro arrecadado viabiliza o planejamento das ações e as campanhas de marketing.

Explicando melhor: os integrantes – colaboradores da agência Promovisão localizados na APAS – são responsáveis por comercializar os espaços nos produtos da APAS, como a revista SuperVarejo, o Encontros APAS Happy Hour e a Feira APAS. Ou seja, a equipe procura as empresas para que estas anunciem ou participem dos eventos. Na Feira APAS 2012, por exemplo, 550 expositores nacionais e internacionais apresentaram os principais lançamentos do mercado aos mais de 70 mil visitantes do Expo Center Norte, no mês de maio. A área Comercial da APAS tem hoje sete executivos e oito carteiras. Cada um deles é responsável pelo contato com cerca de 400 empresas, desde as pequenas até as multinacionais. O gerente comercial responsável pela unidade



Equipe da área Comercial: contato diário com clientes

é Tunico Dias, que também atende 11 companhias, as maiores das carteiras. Além disso, duas colaboradoras prestam assistência aos executivos e à gerência.

Tunico Dias trabalhou por oito anos na APAS; ficou fora da entidade por 20 meses e voltou há um ano. “As empresas fazem negócios por meio da área comercial. Por isso é preciso ter sempre um bom relacionamento com elas”, afirma. Para falar com o Comercial, escreva para tunico.dias@promovisao.com.br ou ligue para (11) 3647-5027.

Feira Alimentaria

O nome é sugestivo: Alimentaria. Trata-se de uma das três maiores feiras de alimentos e bebidas do mundo. O presidente da APAS João Galassi e o vice-diretor de Administração, Finanças e Ações Sociais e delegado junto à Abras Omar Abdul Assaf integraram a comitiva da Abras que viajou em março para Barcelona (Espanha) a fim de conhecer as tendências mundiais de produção e consumo do setor. Com eles estava um grupo de nove supermercadistas da Rede Litoral. Nesta edição, 142 mil pessoas visitaram a

feira. Para Assaf, também presidente da Rede Litoral, o que mais chamou a atenção no evento foi a grandiosidade aliada à organização. “Os setores foram separados por tipo de produto. Ou seja, havia um espaço só para vinhos, outro só para azeites, para queijos e assim por diante. Fechamos negócios com fabricantes locais de azeite”, afirma.



Parte da comitiva em Barcelona: grandiosidade do evento foi destaque

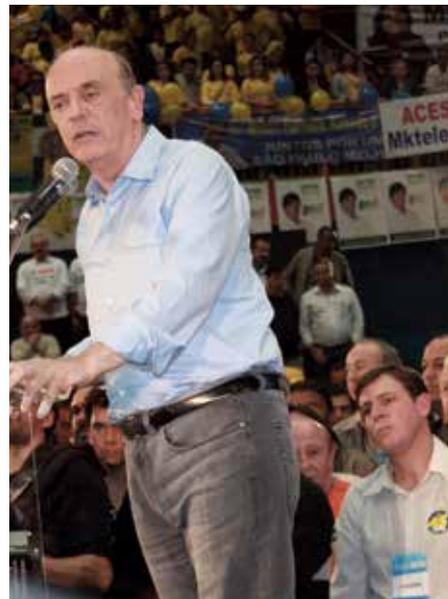
Orlando Morando participa de convenção de Serra

O deputado estadual Orlando Morando participou da Convenção do PSDB que oficializou a campanha de José Serra à Prefeitura de São Paulo. Ele, que é um dos coordenadores da campanha de Serra, trabalhou diretamente na organização do evento realizado em 24 de junho no Ginásio do Ibirapuera.

“Meu sonho é voltar a ser prefeito da cidade que amo, onde vivem meus filhos e meus pequenos netos. Quero aprender mais com São Paulo, fazer acontecer em São Paulo, renovar São Paulo, a maior metrópole das Américas, a mais brasileira e a mais internacional das nossas cidades. A quarta do mundo que recebe mais investimentos. A que tem mais eventos nacionais e internacionais e que recebe o maior fluxo de turismo de negócios e compras da América Latina”, disse Serra.

Serra finalizou seu discurso com algumas observações. “Não estou aqui para brincar de governar. Não estou aqui para experimentar. Não estou aqui para tentar fazer. Estou aqui para levar São Paulo para a frente. Para Avançar São Paulo. Com a ajuda de vocês, serei prefeito para administrar com toda a juventude, a energia e o amor do meu coração”, concluiu.

“O mote da campanha do Serra será inovação e a convenção mostrou que esse é o caminho certo. O evento foi um sucesso”, afirmou o deputado Orlando Morando.



Divulgação

Homenagem aos imigrantes portugueses

Os portugueses que ajudaram a fazer a história brasileira foram lembrados na Câmara de Vereadores de São Paulo. A sessão solene, comemorativa à imigração portuguesa na Freguesia do Ó, realizada na Casa de Cultura do bairro, homenageou 18 imigrantes e também os 512 anos da presença lusitana no Brasil. O supermercadista José Pontes de Carvalho, pai do diretor APAS Distrital Oeste José Eduardo de Carvalho, foi um dos homenageados e recebeu um voto de júbilo e congratulações da Câmara Municipal. José Pontes tem 64 anos: chegou ao Brasil quando tinha três anos de idade. O garoto cresceu, começou a trabalhar, juntou dinheiro. Há 16 anos abriu a primeira unidade da rede Violeta, que hoje tem quatro lojas – antes trabalhara no Café Violeta, na Rua Augusta, com o pai. “É uma superação vencer na vida por meio do trabalho”, diz o supermercadista.



Ricardo Moreno

O assessor Armando Baptista, o supermercadista José Pontes de Carvalho, o vereador Claudinho de Souza (autor da iniciativa) e Pe. Armênio Nogueira: homenagem aos 512 anos da presença lusitana no Brasil

Erramos

Perfil De bem com a natureza

O nome correto do supermercadista citado na reportagem “De bem com a natureza”, publicada na edição nº 13 (junho 2012), é Jair Florentino.

Marcelo: salto de paraquedas e corrida de moto repõem as energias e aliviam o estresse



No céu, na pista e no supermercado

A rotina do supermercadista Marcelo Neto é quebrada em cima da moto ou no salto de paraquedas. A adrenalina vai a mil

O diretor do Supermercado Jaguaré, Marcelo Ferreira Neto, trabalha todo final de semana. Quase não há folgas, comum para quem é do setor. Mas pelo menos uma vez por mês a rotina é quebrada, de forma muito radical. Numa quarta-feira, por exemplo, Neto, acompanhado de sua turma de aproximadamente 30 amigos, corre de moto na pista de Interlagos, em São Paulo. O grupo aluga o espaço e se diverte o dia todo.

“Adoro andar de moto. Só não me dedico às competições porque isso demanda muito tempo, o que eu não tenho por conta do supermercado. Mas a aventura quebra o estresse e repõe as energias”,

afirma o supermercadista. “Volto sempre renovado para o trabalho.”

Neto diz, com orgulho, que nunca sofreu um acidente – nem dentro, nem fora da pista de Interlagos. É que ele tem quatro motos: uma só para se divertir com os amigos, na pista, e as outras são para o dia a dia.

Mas o lado “radical” de Neto vai além. Ele gosta também de saltar de paraquedas. Depois de fazer um salto duplo com um instrutor, Neto se matriculou no curso, com oito aulas, para saltar sozinho. “O curso é feito em Boituva, interior de São Paulo. Estou ansioso para ganhar o céu sozinho. O batimento cardíaco fica a mil”, afirma.

Sabores, cores e aromas. Belém é pura poesia

A capital paraense, conhecida também como “a metrópole da Amazônia”, oferece aventura, história e religiosidade

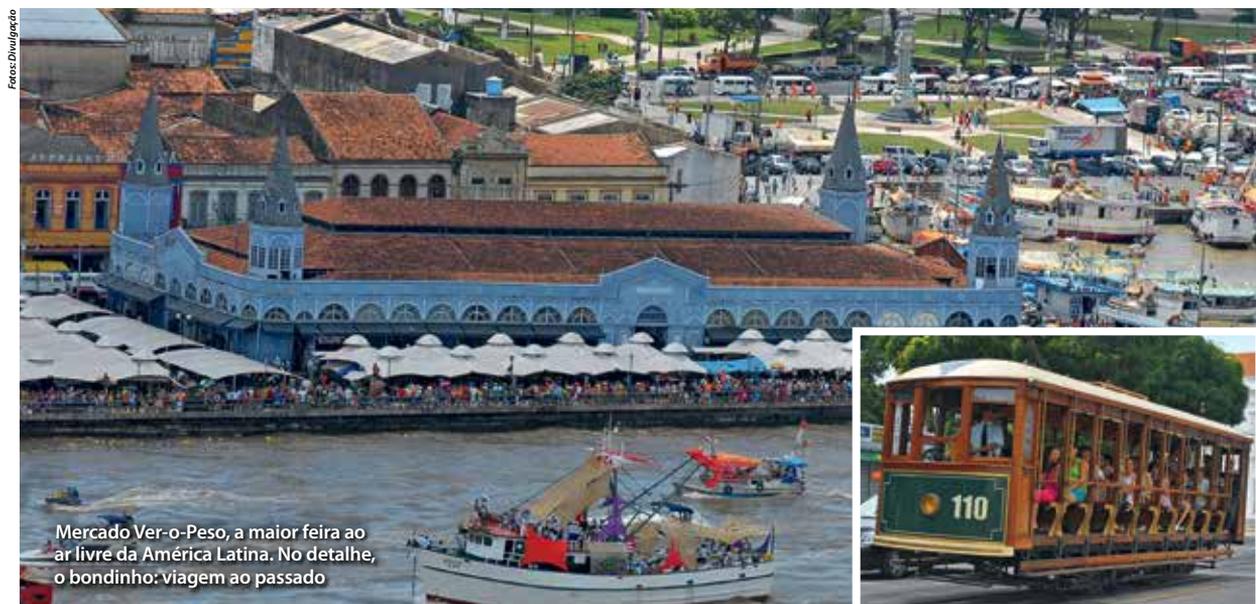
Belém do Pará é tão especial que está em poemas de Manoel Bandeira e Mário de Andrade. O lugar tem sabores, cores e aromas inigualáveis. São as barracas de tacacá, as vendas de açaí, a hospitalidade dos habitantes e a beleza, que pode ser admirada num simples passeio pelas ruas cercadas por mangueiras. O calor sufoca, mas logo vem a chuva, todas as tardes, para refrescar. E há muitos lugares para visitar.

A Praça Siqueira Campos é inspiradora: está no centro comercial de Belém. Lá, fica a Praça do Relógio, um quadrilátero que compreende a Travessa Marquês de Pombal, rua Padre Champagnat, avenida 16 de Novembro e a doca do Ver-o-Peso – ponto turístico e cultural, considerada a maior feira ao ar livre da América Latina. O monumento que chama a atenção na praça é um relógio instalado no alto de uma elegante torre de ferro, de 12 metros de altura, com decoração que indica os pontos cardeais e quatro medalhões simbolizando as quatro estações do ano escritas em italiano.

O bondinho, acima de tudo, faz uma viagem ao passado. E agrada não apenas as crianças. Todos os

domingos ele parte de um local que fica ao lado do Museu de Arte Sacra, faz um passeio em frente aos palácios Lauro Sodré e Antônio Lemos e vai até a Rua João Alfredo. Em seguida, retorna pelo mesmo trajeto, enquanto um guia conta a história de todos os lugares. Outro ponto imperdível é a Estação das Docas, local resultado de um cuidadoso processo de restauração e revitalização dos armazéns, que ficava no antigo Porto de Belém. A estação foi inaugurada em maio de 2000 e é atualmente um dos espaços da capital paraense que mais remete à região amazônica, nos aspectos artístico, cultural e gastronômico.

E, certamente, você já ouviu falar em uma das maiores procissões religiosas do Brasil: o Círio de Nazaré. A procissão toma as ruas de fiéis que agradecem milagres, com lágrimas e orações, e acontece no segundo domingo de outubro. A imagem da Virgem de Nazaré sai da Catedral Metropolitana, na Cidade Velha, e é conduzida pela população até o largo onde está a Basílica de Nossa Senhora de Nazaré. Um verdadeiro espetáculo de fé.



Mercado Ver-o-Peso, a maior feira ao ar livre da América Latina. No detalhe, o bondinho: viagem ao passado

A ESCOLA APAS QUER TRANSFORMAR SUA IDEIA EM UMA GRANDE PARCERIA

Chegou a hora de mostrar seu talento numa instituição de ensino renomada. A **Escola APAS** está à procura de profissionais com programas de treinamento diferenciados para novos cursos. Seja criativo e faça parte de uma equipe dedicada e inovadora.

Se sua ideia for aprovada, seu programa fará parte do **Catálogo de Cursos 2013**.

Participe do processo de seleção e envie seu projeto até **28 de setembro de 2012** para escola@apas.com.br.

Aproveite esta oportunidade. Torne-se um parceiro da Escola APAS.

Para mais informações, ligue:

(11) 3647-5000



Evento família APAS 2012

*Prepare-se para dias de sombra, água fresca
e muita diversão ao lado dos amigos
e da família.*

O mais aguardado encontro supermercadista já tem data e local para acontecer. Comece a se preparar para rever amigos, descansar e fortalecer as parcerias que geram bons negócios para todos.

De 9 a 11 de novembro de 2012

O **Evento Família** será no **Bourbon Atibaia Convention & SPA Resort**, considerado um dos mais modernos resorts do Brasil. Com um dos maiores centros de convenções em hotel do País, foi eleito o "**Melhor Resort de Campo do Brasil**" pelo Guia Brasil 4 Rodas

MAIS
INFORMAÇÕES
EM BREVE




BOURBON
Spa Resort
Atibaia

Patrocínio

 **Ticket**[®]

Realização


ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS

Promoção
e Organização


**PROMO
VISO**