

# REVISTA ACONTECE APAS

O CANAL DO SUPERMERCADISTA DE SÃO PAULO | ANO III • EDIÇÃO Nº 25 • JULHO 2013

## » TRANSPARÊNCIA E CONFIANÇA COM O CONSUMIDOR

*Aproximação da APAS junto a órgãos fiscalizadores, como Anvisa, Procon-SP e DPPC, aumenta e traz credibilidade ao setor supermercadista*

» NR-12: atente-se ao cronograma de adaptações para priorizar a segurança dos colaboradores

» Lei da Nota Fiscal: prazo é prorrogado por mais um ano

» Diretoria de Responsabilidade Social faz balanço positivo do semestre

**Mensagem do Presidente** ..... *pág. 3*  
*Ações de proteção e defesa do consumidor*

**Por dentro da lei** ..... *pág. 4*  
*NR-12 e a segurança em equipamentos*

**Diretorias** ..... *pág. 6-7, 12-18*  
*Assuntos Jurídicos, Regionais e Distritais, Relacionamento com o Associado, Responsabilidade Social*

**Capa** ..... *pág. 8*  
*Transparência no relacionamento com o consumidor*

**Programa-se** ..... *pág. 15*  
*Calendário de Eventos APAS do mês de julho*

**Indicadores** ..... *pág. 19*  
*Por Rodrigo Mariano*

**Social** ..... *pág. 20*  
*APAS marca presença na 26ª ExpoSuper*



**Case de sucesso** ..... *pág. 12*  
*Supermercados Flamengo, de São Paulo*

**Perfil: Paulo César Lopes (Sup. Bom Viver)**..... *pág. 21*  
*Quando o rodeio toma o lugar do supermercado*

**Lazer/Viagens: Paranapiacaba** ..... *pág. 22*  
*Vila preserva patrimônio do século 19*



Fortaleça sua equipe e aumente suas vendas nas datas comemorativas. Utilize a E-SUPER como grande aliada para atingir excelentes resultados!

**CONHEÇA OS CURSOS MAIS ACESSADOS:**

Atendimento ao Cliente e Profissionalismo I e II, Administração do Estresse, Prevenção de Perdas I e II, Operador de Checkout e Administração do Tempo.

**JULHO**  
 Conheça os novos cursos:

- **FLV: Frutas Cítricas**
- **FLV: Cebolas**
- **FLV: Uvas**

PROMOÇÃO

**Conheça os novos cursos da E-Super através do site:**

**[www.esupermercados.com](http://www.esupermercados.com)**

Patrocínio



Apoio



Administração



**DIRETORIA****Presidente:** João Galassi**Vice-presidentes:** Antonio Gandra, Antonio José Monte, Aparecido Omote, Armando Almeida, Aurélio José Mialich, Carlos Ely, Chalm Savegnago, Domingos Felipe Bergamini, Edivaldo Bronzeri, Eduardo Kawakami, Erlon Godoy Ortega, Jad Zogheib, José Carlos Novellini, José Flavio Fernandes, Palimércio de Luccas, Paulo Pompilio, Omar Abdul Assaf, Orlando Morando, Pedro Celso Gonçalves, Pedro Lopes Brandão, Roberti Catricala, Roberto Longo Pinho Moreno e Ronaldo dos Santos**Diretorias Regionais/Distritais****Araçatuba:** Paulo Massaharu Takata**Baixada Santista:** Carlos Varandas**Bauru:** Emerson Luiz Svizzero**Campinas:** Alexandre Ferrato**Marília:** Carlos Alberto Binato**Presidente Prudente:** Pedro Nicolucci**Ribeirão Preto:** Tiago Albanezi**São José do Rio Preto:** Renato Martins**Sorocaba:** Marcos Leandro Tozi**Vale do Paraíba:** Fernando Shibata**Leste:** Sílvio Alves**Oeste:** José Eduardo de Carvalho**Sul:** Sérgio Samano

Veículo institucional da Associação Paulista de Supermercados

**Superintendente:** Carlos Corrêa**Gerência de Comunicação e Marketing:**

Fabiano Benedetti

**Edição e coordenação editorial:**

Fernanda Junqueira

**Reportagem:** Neide Martingo**Foto de capa:** Thinkstock**Fotografia:** Eliane Cunha, Paulo Pepe e

Arquivo APAS

**Produção:** Promovisão • [www.promovisao.com.br](http://www.promovisao.com.br)**Diagramação:** Paula Valente e Paulo Garcia**Revisão:** Melina Marin**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](mailto:comercial@promovisao.com.br)**Sugestões e críticas:** [imprensa@apas.com.br](mailto:imprensa@apas.com.br)

ou (11) 3647-5000

**Acesse:** [www.portalapas.org.br](http://www.portalapas.org.br)**Siga-nos:** [www.twitter.com/infoapas](https://twitter.com/infoapas)[www.facebook.com/portal.apas](https://www.facebook.com/portal.apas)

## Ações de proteção e defesa do consumidor

*Parceria da APAS com órgãos fiscalizadores, como Anvisa, Procon-SP e DPPC, promove o equilíbrio e a harmonia das relações de consumo e possibilita uma atuação mais preventiva*



A reportagem de capa desta edição traz a importância de a APAS se relacionar com órgãos fiscalizadores e entidades civis de proteção e defesa do consumidor do Estado de São Paulo e do Brasil, tais como a Vigilância Sanitária e Visas municipais, Procon-SP e Departamento de Polícia de Proteção à Cidadania (DPPC). O objetivo é buscar cada vez mais credibilidade e transparência no setor de supermercados.

Por isso, parcerias firmadas já há alguns anos por meio de campanhas ou realização de encontros com associados da APAS e representantes destes órgãos mostram resultados positivos na

medida em que propõem o debate para a busca da prevenção de problemas na operação dos supermercados. Um exemplo disso é a campanha educativa “De olho na validade”, lançada pela APAS em parceria com o Procon-SP, em outubro de 2011, e que deu ao consumidor o poder de ser “fiscal” de loja. Vale ressaltar que esta ação só se tornou possível a partir de discussões da Câmara Técnica do Comércio Supermercadista, formada por representantes da APAS e do Procon.

Está provado que a harmonia do relacionamento com os referidos órgãos prioriza a confiança e a transparência nas relações de consumo. E quem sai ganhando com isso é o consumidor, que passa a se municiar cada vez mais de informações úteis na hora das compras, além de ter seus direitos de proteção ampliados. Já os nossos associados têm a oportunidade de esclarecer as principais dúvidas quanto às práticas de operação diária em suas lojas, prevenindo-se de possíveis problemas e respeitando as normas de segurança alimentar e de saúde. Além disso, essas iniciativas proporcionam aos fornecedores a criação de meios eficientes de controle de qualidade e segurança dos produtos e serviços, ao mesmo tempo em que podem construir mecanismos alternativos para a solução de conflitos no mercado.

Também nesta presente edição você acompanha os desdobramentos das principais legislações que podem afetar, de alguma maneira, o setor de supermercados, como a Norma Regulamentadora NR-12, criada para aumentar a segurança dos funcionários que trabalham nas seções de açougues, padarias e mercearias, e a lei que obriga todo o comércio do País a discriminar o valor dos impostos na nota fiscal de venda ao consumidor.

Boa leitura!



João Galassi

## NR-12 e a segurança em equipamentos de açougue e padaria

*Supermercadistas devem adequar máquinas, como moedor de carne e amassadeira, priorizando a segurança de funcionários. Atente-se ao cronograma de adaptações*



**Os gastos para trocar o maquinário são altos, por isso precisamos de um maior planejamento.**

*João de França, dos Supermercados França*

A APAS acompanha mais uma questão de grande interesse dos associados. A Norma Regulamentadora (NR) nº 12, do Ministério do Trabalho e Emprego, foi criada para aumentar a segurança dos funcionários que trabalham em açougues, padarias e mercearias. Com ela, varejistas precisam oferecer máquinas e equipamentos mais seguros nessas seções de lojas. Na prática, isso significa que terão de adquirir novos equipamentos ou adequar os que já estão em funcionamento nas lojas — ao mesmo tempo que fabricantes devem fazer os ajustes necessários em sua produção para oferecer ao mercado máquinas enquadradas à norma. O objetivo é louvável, mas preocupa alguns associados.

Os supermercadistas concordam em aumentar a segurança dos funcionários. Nair Tukamoto, diretora do Supermercado Jardim América, de Marília, interior de São Paulo, afirma que os cuidados com os colaboradores são prioridade na empresa. “Eu

concordo com a norma. Os gastos preocupam, mas a segurança compensa, afinal, estamos falando de pessoas.”

Já João Bernardino de França, diretor dos Supermercados França, defende uma linha de financiamento especial, com prazo de pagamento e taxas diferenciados, a fim de que os comerciantes tenham maior facilidade em cumprir a determinação. “Os gastos para trocar o maquinário são altos. Temos duas lojas, em Maracá e Assis. A ideia de aumentar a segurança dos colaboradores é muito bem-vinda, mas precisamos de planejamento”, disse França.

O Sempapão — sigla que agrega o Sindicato e Associação dos Industriais de Panificação e Confeitaria e o Instituto do Desenvolvimento da Panificação e Confeitaria de São Paulo — faz coro com França, e sempre foi favorável à NR-12. No entanto, o presidente da entidade Antero José Pereira faz uma ressalva: “A maneira como foi feito o processo encareceu os equipamentos.

Tipo de máquina	Loja com até 10 empregados	Loja com 11 a 25 empregados	Loja com 26 a 50 empregados	Loja com mais de 50 empregados
Cilindros	Dezembro de 2013	Junho de 2013	Dezembro de 2012	Junho de 2012
Amassadeiras	Junho de 2016	Dezembro de 2013	Junho de 2013	Agosto de 2012
Batedeiras	Junho de 2016	Junho de 2016	Dezembro de 2013	Dezembro de 2012
Modeladoras	Junho de 2016	Junho de 2016	Junho de 2016	Dezembro de 2013
Demais máquinas	Junho de 2016	Junho de 2016	Junho de 2016	Dezembro de 2014

Fonte: Portaria nº 197, de 17 de dezembro de 2010

## Concordo com a norma. A segurança compensa, afinal, estamos falando de pessoas.

*Nair Tukamoto, do Supermercado Jardim América*

São várias as padarias sem capital disponível para se adequar, trocando os maquinários. Um prazo maior resolveria o problema”.

Para auxiliá-los a entender a NR-12, o Sampapão criou uma cartilha sobre o assunto e enviou aos seus associados. A publicação está disponível no site [www.sindipan.org.br](http://www.sindipan.org.br).

## Prazos para adequação

Ainda dá tempo de se adequar à lei: os supermercadistas só não podem deixar as providências de lado. A Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) acompanhou todos os processos de implantação da NR-12. “A Portaria nº 197, que atualiza a norma, foi publicada em dezembro de 2010. O prazo para adequação é de cinco anos. Estamos, portanto, no terceiro ano”, esclarece o vice-presidente da ABRAS Marcio Milan. Os prazos de atualização são por tipo de máquina e quantidade de funcionários.

Quem tiver dúvidas sobre o assunto poderá participar de um workshop realizado pela ABRAS no próximo dia 24 de julho, durante a Feira da Indústria da Panificação (Fipan). O evento acontecerá entre os dias 22 e 25 de julho, no Expo Center Norte. Uma das palestras sobre a NR-12 será ministrada por Milan, que vai abordar a aplicação da norma e os deveres e obrigações de fabricantes e consumidores, sob a ótica oficial.



## Recado da APAS

A APAS acompanha os desdobramentos da NR-12 e analisa os pontos que preocupam os associados a fim de buscar a segurança da operação dos supermercados e prevenir acidentes. Um deles, por exemplo, é encontrar fornecedores que estejam enquadrados à norma; ainda há lotes de equipamentos a preços mais baixos, porém estes não atendem à lei. Os associados têm dois anos pela frente para se adequarem à norma e evitarem autuações, mas é importante atentar aos prazos.

## Lei da Nota Fiscal: prazo prorrogado até junho de 2014

*Prazo para o comércio detalhar, no cupom fiscal, o valor dos impostos que incidem nos produtos, foi ampliado em um ano*

A APAS é a favor da Lei nº 12.741/12, que determina a discriminação dos impostos nas notas e cupons fiscais emitidos em todo o País. A associação acredita na transparência do relacionamento entre supermercadistas e a população, e todos merecem saber o quanto pagam de impostos — é um direito do consumidor. A Medida Provisória nº 620, de 12 de junho, alterou a lei, dando mais tempo aos varejistas para se adequarem à determinação. Dessa forma, o prazo para detalhar os impostos foi ampliado em todo o comércio.

De acordo com a MP, nenhum estabelecimento pode ser multado nos próximos 12 meses, a partir da vigência do decreto, por descumprimento da lei. A Casa Civil alegou que a necessidade de ampliação do prazo se devia a “várias demandas recebidas para determinação de tempo de adaptação à lei e sua complexidade”.

Mesmo diante da novidade que beneficia o setor, a APAS aguarda um posicionamento oficial sobre a forma de inclusão das informações na nota fiscal, levando-se em consideração a carga tributária incidente nas transações. O vice-presidente e diretor de Assuntos Jurídicos e Financeiros da APAS, Roberto Longo Pinho Moreno, diz que a associação prosseguirá acompanhando a matéria, na expectativa de que seja editado decreto regulatório

### Recado da APAS

O prazo maior para que o setor varejista nacional se adeque à lei nº 12.741/12 foi um pleito conquistado por todas as entidades envolvidas no movimento “De Olho no Imposto”, tais como a ACSP, AFRAC, IBPT e Fecomercio-SP, além da APAS e da ABRAS. A prorrogação concedida pelo Governo Federal possibilitará maior orientação em relação à forma de discriminação dos tributos no cupom fiscal de venda ao consumidor. Este, por sua vez, é o maior beneficiado com a medida, e o País também ganha com o desenvolvimento de uma nova cultura tributária.



Omar Abdul Assaf, do Supermercado Pirâmide: clientes elogiaram a iniciativa

da obrigação de prestar informação acerca da carga tributária incidente nas transações ao consumidor final referente aos tributos de competência da União, Estados e municípios. “Com isso será possível definir normas para aplicação uniforme, em todo o País, das disposições contidas na lei.”

“O setor apoia integralmente a lei e muitas empresas grandes, médias e pequenas já começaram a cumpri-la. Mas o prazo é importante para que as cerca de 25 mil empresas do setor, com mais 83 mil lojas em todo o País, possam se adequar”, afirma o primeiro vice-presidente da ABRAS, João Sanzovo. Em sua opinião, o governo proverá a regulamentação completa da lei, dirimindo todas as dúvidas.

### Associados já emitem nota com os impostos

Alguns supermercados do Estado de São Paulo se anteciparam à lei e já começaram a emitir nota com os impostos incidentes, assim como grandes redes de varejo em geral. É o caso do Supermercado Pirâmide, em São Vicente (litoral paulista). Conforme o diretor Omar Abdul Assaf – também vice-presidente da APAS e delegado junto à ABRAS – a loja oferece há três meses aos clientes a possibilidade de saberem o quanto estão pagando de impostos em cada um dos produtos que levam para casa.

“A medida, para os supermercadistas, é bastante positiva. O detalhamento na nota fiscal dá a certeza, ao mercado, de que os comerciantes não são os ‘vilões’. Ou seja, boa parte do que é cobrado na mercadoria é tributo. Isso significa transparência”, afirma Assaf. Segundo ele, seus clientes elogiaram bastante a novidade, mas ficaram assustados com a alta incidência de impostos. “Do valor cobrado de uma tintura para cabelo, por exemplo, quase 50% são impostos. Todos gostaram muito de ter mais informações”, diz o varejista.

## Academia ABRAS-APAS-McKinsey de Varejo elege o 1º módulo de treinamento para líderes

Curso Gerenciamento de Categorias terá início no mês de agosto. Inscrições já estão abertas



José Eduardo de Carvalho (diretor APAS Distrital Oeste), Cintia Merighi (gerente Escola), Pedro Celso Gonçalves (diretor T&D), João Galassi (presidente APAS) e equipe de consultores da McKinsey

Diretores de áreas como operações, gerentes comerciais e de compras, e demais profissionais com potencial de multiplicar conhecimento nos supermercados terão a oportunidade de ter acesso à capacitação por meio da Escola APAS. Estão abertas as inscrições para o primeiro módulo de treinamento da Academia de Varejo: Gerenciamento de Categorias. O projeto é uma parceria formada pela APAS, ABRAS e a consultoria McKinsey, e o objetivo é oferecer cursos para treinamento da alta liderança do setor supermercadista.

O curso, de seis dias, terá início na segunda quinzena de agosto e será ministrado num prazo de um mês e meio. Os participantes assistirão a palestras todos os dias. A equipe de consultores da McKinsey ministrará aulas sobre assuntos de grande destaque do segmento, sempre com debates. E por fim, os supermercadistas terão que fazer a “lição de casa” nas próprias lojas. Ou seja, as informações aprendidas serão colocadas em prática durante o módulo.

“Os supermercadistas vão aprender a teoria e exercitar no dia a dia. Os resultados poderão ser avaliados pelos professores. A APAS tem a preocupação de levar conhecimento a todos os níveis de profissionais do setor supermercadista”, afirma o diretor de Treinamento e Desenvolvimento da APAS, Pedro Celso Gonçalves. Entre os temas, os participantes do

módulo aprenderão sobre o perfil de consumidor que deseja atender, como definir a concorrência, mix de produtos e qual o melhor layout de loja.

### Inscrições

As vagas são limitadas. Os interessados podem se inscrever preenchendo a ficha on-line no Portal APAS, enviar um e-mail para [escola@apas.com.br](mailto:escola@apas.com.br) ou ligar para a Central APAS de Relacionamento, no telefone (11) 3647-5000.

### Recado da APAS

A Escola APAS continua a inovar ao lançar a Academia ABRAS, APAS e McKinsey de Varejo. Os cursos para a alta liderança do setor supermercadista são uma forma diferenciada de capacitação que terão o suporte da McKinsey & Company, empresa global líder em consultoria de gestão com foco em estratégia e atuação internacional. Não perca a chance de participar do primeiro módulo de treinamento: faça já a sua inscrição, pois as vagas são limitadas.



# Transparência no relacionamento com o consumidor

*A aproximação da APAS junto a órgãos fiscalizadores aumenta e traz credibilidade ao setor supermercadista*





Seminário em Ribeirão Preto trouxe informações para associados se prevenirem de possíveis punições

O norte das iniciativas da APAS é o consumidor. As ações da associação priorizam a transparência na relação com os clientes. A partir disso, além de geração de negócios e aumento do lucro, prevalecem a alta da credibilidade no setor e a satisfação de toda a sociedade. Esse cenário estimulou a aproximação da APAS com órgãos públicos e instituições fiscalizadoras, como o Procon-SP, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e o Departamento de Polícia e Proteção à Cidadania (DPPC). Nos últimos anos, a associação estabeleceu parcerias e marcou presença na defesa de várias frentes.

O exemplo mais recente ocorreu no mês de junho passado. A APAS Regional Ribeirão Preto, em parceria com a Divisão de Vigilância Sanitária da Secretaria de Saúde de Ribeirão (Visa-SMS), promoveu o seminário “Vigilância Sanitária e os Supermercados”. Com a presença de cerca de 200 supermercadistas da região, o evento abordou o tema “Controle de qualidade em supermercados” e propiciou um importante debate sobre a relação entre os supermercadistas, a Vigilância Sanitária e suas normas. A diretora da Visa-SMS, Maria Luiza da Silveira Santa Maria, afirma que o órgão age com prevenção e regulação, o que implica saúde do consumidor, e a APAS ajuda muito nesse trabalho. “As campanhas realizadas pela APAS, ou as que contam com o seu apoio, influenciam a saúde pública. Um exemplo é a ação contra a dengue. Essas iniciativas abrem espaço para alcançarmos bons resultados”, diz Maria Luiza. “A APAS é uma grande parceira da Vigilância Sanitária.”

O vice-presidente e diretor do Comitê de Segurança Alimentar e da Câmara Técnica do Comércio Supermercadista da APAS, Paulo Pompilio, chama a atenção para a grande vantagem da aproximação da APAS com os órgãos públicos e instituições fiscalizadoras: a união de forças antecipa o debate em torno das questões operacionais. “As ações antecipam as medidas inovadoras que podem ser tomadas para resolver os problemas. O nosso foco é sempre o consumidor. Os órgãos ajudam o setor a trabalhar dentro da lei”, destaca Pompilio.

O Comitê de Segurança Alimentar da APAS, criado no final de 2010 com o objetivo de entender as legislações sanitárias e promover as melhores práticas junto aos associados, reúne-se uma vez por mês na sede da associação para discutir as demandas e as soluções para as principais dificuldades. É composto por técnicos do setor especializados no assunto, como nutricionistas e veterinários de redes varejistas.

A diretora da Visa-SMS Ribeirão Preto, Maria Luiza Santa Maria: "A APAS é grande parceira da Vigilância Sanitária."

Divulgação

## Recado da APAS

A aproximação com os órgãos fiscalizadores, há alguns anos, trouxe um enorme avanço no relacionamento com o consumidor, que enxerga credibilidade e transparência no setor. A ideia é buscar a prevenção dos problemas, com informação e orientação nas práticas diárias dos supermercadistas, e fazer os associados cumprirem as leis. Com isso, constrói-se valor para o consumidor, que mostrará satisfação ao realizar suas compras no varejo.

Outra aproximação que resultou em benefícios para o setor supermercadista e os consumidores foi com o Departamento de Polícia de Proteção à Cidadania (DPPC), da Polícia Civil. Há um ano, por exemplo, foi realizado um encontro, na sede da APAS, no qual foram esclarecidos os aspectos das fiscalizações realizadas pelo DPPC. O departamento trabalha para oferecer segurança aos consumidores e supermercadistas, e o objetivo do evento foi apresentar a forma de atuação do órgão, esclarecendo as principais

O diretor Paulo Pompilio: "União de forças antecipa o debate em torno das questões operacionais."

Arquivo APAS



Marcio Milan, vice-presidente da ABRAS e diretor de Segurança Alimentar da APAS em 2011, com o diretor do Procon-SP, Paulo Arthur Góes: consumidores são 'fiscais' de lojas

dúvidas dos associados da capital paulista e Grande São Paulo. "Acreditamos que, por meio de um trabalho realizado pela própria APAS, no tocante a eventuais orientações aos associados, toda a população e também o empresariado são beneficiados. Com isso, o setor tem a chance de sempre melhorar o atendimento", afirma o delegado de Polícia Assistente na Divisão de Saúde Pública do DPPC, Marco Pires.

## Campanha 'De Olho na Validade'

Foram diversas as ações que tiveram a união da APAS e do Procon-SP. Uma das mais representativas foi a campanha De Olho na Validade, lançada em outubro de 2011, que transformou os consumidores em "fiscais" de lojas. O cliente que encontrar um produto com o prazo fora da validade no supermercado pode levar outro item igual ou similar para casa, gratuitamente e na validade. No segundo semestre deste ano, a campanha será fortalecida pela APAS, com o apoio do Procon-SP, já que nem todos os consumidores conhecem a iniciativa.

"A harmonia no relacionamento da APAS com o Procon-SP prioriza a transparência nas relações de consumo. É o cliente quem ganha com o aumento do diálogo. Procuramos resolver os problemas do setor com as boas relações", afirma o assessor chefe do Procon-SP, Renan Ferraciolli, que



Cartaz da campanha nos supermercados paulistas informa o consumidor: associados podem fazer download no Portal APAS: [www.portalapas.org.br](http://www.portalapas.org.br)

trabalha ao lado do diretor Paulo Arthur Góes. Segundo ele, a ação foi construída a quatro mãos e o trabalho continuará assim. "A campanha traz muitas vantagens a todos. Até mesmo as indústrias se empenham e oferecem maior qualidade. Além disso, o treinamento dos reposidores será reforçado", esclarece.

## APAS dá boas-vindas aos novos associados

Em maio, 15 novas empresas de supermercados, totalizando 51 lojas no Estado, se associaram à APAS

Boas novas! No mês de maio, 15 novas empresas de supermercados, totalizando 51 lojas na capital, interior e litoral paulista, se associaram à APAS. Roberto Lagos da Silva, diretor do Empório Lagos, de Itupeva, integra o novo quadro de associados e destaca a importância da entidade como uma voz que defende e luta pelas melhorias do setor. “São muitos os pontos que precisam ser acompanhados, principalmente no que se refere às questões governamentais. O comércio em geral é um setor que sofre para cumprir tantas determinações. Com as informações trazidas pela APAS, será possível prevenir ocorrências negativas. Julio Massao Kuninari, diretor dos Supermercados São Paulo, com seis lojas em Agudos (região de Bauru), tem boas expectativas: “A associação vai trazer conhecimentos sobre assuntos pertinentes do setor supermercadista. Um dos serviços que mais aprecio é a Escola APAS. Sem a profissionalização, o segmento não conseguirá crescer. O mercado precisa se atualizar e a APAS dá essa possibilidade”.

Empresa	Cidade	Regional/Distrital
Supermercado Pimus I	Mongaguá	Regional Baixada Santista
Supermercado Mini Preço	São Vicente	Regional Baixada Santista
Supermercado Serve Bem	Pederneiras	Regional Bauru
Supermercado Camargo	Pederneiras	Regional Bauru
Mercado Skinão	Pederneiras	Regional Bauru
Centro Serve Supermercado	Pederneiras	Regional Bauru
Mercado Freitas	Campinas	Regional Campinas
Empório Lagos	Itupeva	Regional Campinas
Comprando Nacionais e Importados	Bauru	Regional Bauru
Super 10 Supermercado	Santo Antônio de Posse	Regional Campinas
Hortifruti Fartura	Campinas	Regional Campinas
Supermercado Beira Rio	Presidente Epitácio	Regional Presidente Prudente
Thami Alimentos	São Paulo	Distrital Leste
Supermercados São Paulo	Agudos	Regional Bauru
Makro Atacadista	São Paulo	Distrital São Paulo

### Case de sucesso

## Flamengo fecha plano de saúde para colaboradores

Os Supermercados Flamengo, com duas lojas na zona oeste de São Paulo, fecharam no mês de junho parceria com o Grupo Intermédica, aproveitando as vantagens oferecidas pelos Convênios APAS. Na prática, isso representa um bom negócio para toda a empresa.

De acordo com a gerente de RH dos Supermercados Flamengo, Flávia da Silva França, os 90 colaboradores que serão beneficiados ficaram muito felizes e mostram isso a todo o momento. Ela diz que o contrato é sinônimo de vantagem para



Arquivo pessoal

A gerente de RH Flávia (ao centro) com as colaboradoras Marli, Vera, Neuma e Maria

os associados. “Fiz pesquisa de mercado por aproximadamente um ano. O plano de saúde da Intermédica custa aproximadamente 30% menos em relação aos valores praticados pelo mercado. Uma oportunidade que só os supermercadistas da APAS podem oferecer aos seus funcionários”, explica.

# CONTE ATÉ DEZ. A RAIVA PASSA. A VIDA FICA. PAZ. ESSA É A ATITUDE.

No Brasil, todos os anos, milhares de pessoas são vítimas de assassinatos por impulso em situações como brigas em bares, discussões no trânsito ou entre vizinhos. Mortes que poderiam ser evitadas com uma simples mudança de atitude. Valorize a vida acima de tudo. Ela é única. Sua vida vale mais que qualquer briga.

Acesse [cnmp.gov.br/conteate10](http://cnmp.gov.br/conteate10).

Conheça a campanha, o game, as ações educativas e muito mais. Opine, apoie, sugira, participe.



**Sarah Menezes**  
Campeã Olímpica  
de Judô em 2012

**Júnior Cigano**  
Campeão Mundial  
Peso-Pesado do UFC

**Anderson Silva**  
Campeão Mundial  
Peso-Médio do UFC

**Leandro Guilheiro**  
Duas Vezes Medalhista  
Olímpico de Judô

Realização:



Parceria:



Apoio:

Ministério da  
Justiça



## Associados de Campinas visitam a sede da APAS

Em clima de descontração, grupo conheceu supermercados da capital paulista



Associados em visita técnica: novos conhecimentos

Um dia especial, com direito a um tour pelas salas e dependências do Espaço APAS Centro de Convenções, brinde com o presidente João Galassi e visitas a lojas de São Paulo consideradas modelo no varejo supermercadista. Assim é o projeto das Caravanas APAS, que no início de junho recebeu um grupo de 25 associados da Regional Campinas. Acompanhados do diretor regional Alexandre Ferrato dos Santos, os supermercadistas conversaram com os gestores da APAS e apresentaram as principais demandas da região.

Após o almoço, todos partiram para visitas técnicas ao

Nome	Supermercado	Cidade
Alexandre Ferrato dos Santos (diretor regional)	Delta	Piracicaba
Marcelo Deliza	Casa Deliza	São Carlos
Diego Lima	Qualymais	Limeira
Jason Castilho e Wagner Castilho	Guará	Campinas
Heber Ricardo Pereira	Vitória	Limeira
Marcos Roberto Mazeti	Boa Vista	Campinas
Jazomar Nogueira	Empório Village	Campinas
Adriano Lima e Otavio Lima	Ponto Novo	Mogi Guaçu
Carlos Alves	Dia%	Cabreúva
Gerson Domiciano Pereira	Paraná	Sumaré
Geraldo Francisco Hummel e Fernando Augusto Infanger	Infanger	Vinhedo
Sergio Caetano	Caetano	Valinhos
Bruno Barbosa e Claudio Dovale	Ponto Certo	Campinas
Edson Dalben	Dalben	Campinas
Samuel Mário da Silva e Juliana Melo	Vila	Campinas
Ariadne Graciani e Adenir José Graciani	Beira Rio	Piracicaba
Eduardo Henrique Borges e José Carlos de Lima	Kodilar Alimentos (patrocinador)	São José do Rio Preto

## Recado da APAS

O projeto das Caravanas APAS, idealizado pela Diretoria de Apoio e Relacionamento com o Associado, existe há dois anos e tem o objetivo de proporcionar uma experiência descontraída aos associados, aprimorando ainda mais o relacionamento com a associação. Confira o calendário anual, aproveite a oportunidade e reserve já a vaga em sua Regional/Distrital.



Hipermercado Andorinha, na zona norte da capital, e em seguida ao Supermercado Zaffari (zona oeste). O objetivo foi conhecer as experiências dos colegas empresários.

“Estou há mais de dez anos na Regional Campinas e vejo que é muito importante este relacionamento com os associados. A APAS propicia isso”, afirma o diretor regional. O presidente João Galassi diz que a Caravana APAS promove o conhecimento. “Nem sempre o associado conhece o potencial e todos os serviços da Associação. Por este motivo foi muito importante a vinda de todos”, diz Galassi.

E os participantes elogiaram o projeto. Adriano Lima, diretor dos Supermercados Ponto Novo, de Mogi Guaçu, destacou a troca de informações entre todos os presentes e o maior entendimento sobre as atividades da Associação: “Foi bom conhecer o funcionamento da APAS. Vejo que a associação gera recursos e os transforma em benefícios aos associados, além de nos apoiar em questões importantes que passam por normas e regulamentações”.

## PROGRAME-SE | AGENDA JULHO

### Dia 10

Reunião aberta e palestra “Planejamento patrimonial, sucessório e benefícios fiscais – Holding” para associados da APAS Regional Sorocaba

### Dia 11

Curso descentralizado Escola APAS, Distrital ABC: Padaria e Confeitaria em Supermercados (Sincomércio – Sindicato do Comércio Varejista do ABC, em Santo André, SP)

### Dia 16

Reunião aberta com associados da APAS Distrital Sul

### Dia 17

Reunião aberta com associados da APAS Regional São José do Rio Preto

### Dia 18

- Curso descentralizado Escola APAS, Distrital ABC: Otimização do setor de FLV (Sincomércio - Sindicato do Comércio Varejista do ABC, em Santo André, SP)
- Curso descentralizado Escola APAS, Distrital Leste: Formando uma equipe com postura vendedora (SINCOVAGA, em Guarulhos, SP)
- Curso descentralizado Escola APAS, Regional Campinas: Mercearia em supermercados (ACE – Associação Comercial e Empresarial de Jundiá, em Jundiá, SP)

### Dia 23

Reunião aberta com associados da APAS Regional Vale do Paraíba

### Dia 24

- Caravana da APAS Regional Araçatuba (Sede)
- Curso descentralizado Escola APAS, Regional Araçatuba: Higiene e Saúde em Supermercados – Curso Básico (ACITA – Associação Comercial, Industrial, Transporte e Agrícola de Pereira Barreto, em Pereira Barreto, SP)

### Dia 25

- Reunião aberta com associados da APAS Distrital Leste
- Curso descentralizado Escola APAS, Distrital ABC: Como reduzir e prevenir perdas operacionais (Sincomércio – Sindicato do Comércio Varejista do ABC, em Santo André, SP)

### Dia 26

Encontro de Líderes APAS no Blue Mountain Hotel, em Campos do Jordão, SP

### Dia 30

- Reunião aberta com associados da APAS Regional Presidente Prudente
- Curso descentralizado Escola APAS, Regional Ribeirão Preto: Higiene e Saúde em Supermercados – Curso Básico (ACISC – Associação Comercial e Industrial de São Carlos, em São Carlos, SP)

### Dia 31

Reunião aberta e palestra “Planejamento Patrimonial, Sucessório e Benefícios Fiscais – Holding” para associados da APAS Regional Ribeirão Preto

\*\*\* Informe-se na Central APAS de Relacionamento, no telefone (11) 3647-5000

## Balço positivo dos projetos sociais da APAS

*Resultados mostram dever cumprido e dão força para que os números do primeiro semestre sejam superados*

São muitas as ações da Diretoria de Responsabilidade Social, e todas registraram resultados positivos nos primeiros seis meses deste ano. Os alimentos e itens de higiene e limpeza arrecadados na Feira APAS 2013 — 23,6 toneladas no total — foram doados a 16 entidades assistenciais, beneficiando 33.470 pessoas (veja quadro na pág. 18). Se contarmos as 12 toneladas de produtos alcançadas nos eventos de mobilização da Feira, nas Regionais e Distritais APAS, o número sobe para 35,6 toneladas. Vale ressaltar que desde 2002 mais de 158 toneladas de alimentos e itens de higiene e limpeza já foram doadas, beneficiando cerca de 160 mil pessoas.

“As doações farão a diferença para as entidades e são sinônimo de economia. Elas poderão destinar recursos a pagamentos de contas, por exemplo, como luz e aluguel, ou ainda priorizar as áreas de saúde e educação”, diz Roberto Ravagnani, diretor fundador da ONG Canto Cidadão, parceira da APAS nesta ação. E foi isso mesmo que ocorreu. De acordo com Mônica Garcia Mendonça, diretora do Centro de Educação Infantil da Sociedade Benfeitora Jaguaré (uma das entidades contempladas), o dinheiro que deixou de ser gasto com a compra de produtos foi utilizado para reformar o imóvel que abriga a entidade. “Além da manutenção da casa, compramos brinquedos. Aproximadamente 1.200 crianças e adolescentes

foram beneficiados com as doações”, detalha Mônica.

Já a Associação de Instrução Popular e Beneficência (SIPEB) recebeu produtos que foram levados a oito unidades da entidade. Aproximadamente 930 pessoas foram beneficiadas. “Recebemos frios, frutas, arroz, macarrão e congelados. Com a economia do mês, conseguimos organizar o encontro de 30 educadores das nossas filiais. A ajuda foi marcante”, diz a gestora de unidades da associação, Maria Inês Coelho Rosa.

Mas a área de Responsabilidade Social tem mais motivos para comemorar os esforços do primeiro semestre de 2013. Um dos destaques é o projeto “Viva o Bairro”, da Prefeitura

### Recado da APAS

O semestre foi concluído com a implantação de campanhas e projetos de sucesso da Diretoria de Responsabilidade Social em todo o Estado. Inúmeras pessoas foram beneficiadas com doações de alimentos, agasalhos, cobertores, etc., ou conquistaram uma vaga no mercado de trabalho, por meio dos cursos com foco na inclusão social. O trabalho continua até o final do ano, reafirmando o compromisso da APAS com a responsabilidade social.

Alunas do curso, com o diretor regional Carlos Binato e o Fundo Social de Marília: agradecimento pela parceria com a APAS



Arquivo APAS



Arquivo APAS



Ação de Arrecadação reuniu 350 voluntários no Expo Center Norte



Arquivo APAS

Benfeitora Jaguaré foi uma das entidades beneficiadas

de Santos, que conta com o apoio da APAS Regional Baixada Santista. Com ele, os supermercados de Santos contratam trabalhadores que estão próximo às suas lojas. Após participar de reuniões nos bairros da cidade, a APAS encaminha currículos de moradores para os seus associados. O objetivo é preencher as necessidades do setor com a disponibilidade local de mão de obra.

É importante citar também iniciativas de apoio à Campanha do Agasalho, que arrecadou 2 mil cobertores; o apoio à campanha contra a dengue e a doação de kits lanche para o Centro de Integração da Cidadania (CIC), programa da Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania. “O resultado de janeiro a junho encoraja, mas há muito a se fazer. O setor supermercadista pode e deve ajudar a sociedade em várias questões, já que está presente na vida de cada cidadão. A mobilização da Diretoria de Responsabilidade Social no segundo semestre será ainda maior”, comemora a diretora Virgínia Galassi.



Viva o Bairro: diretor regional Carlos Varandas entrega currículos arrecadados no bairro Morro do São Bento, em Santos, a Lúcia Rodrigues (Mercado Martinho Rodrigues)

## Beneficiados com a Ação de Arrecadação APAS 2013

Entidade	Pessoas atendidas
Abrigo dos Velhinhos Frederico Ozanam	70
Arco Associação Beneficente	665
Associação Aliança de Misericórdia	18.650
Ass. Cultural Educ. Desportiva Projeto Acreditar	80
Associação de Instrução Popular e Beneficência - SIPEB	6.450
Associação Maria Helen Drexel - AMHD	50
Associação Mutirão do Pobre	400
Associação Saúde Criança São Paulo	200
CRE - Centro de Renovação Espiritual	100
Entidade Beneficente Antonieta Granero	700
Lar Assistencial Mãos Pequenas	30
Lar da Redenção	10
Programa Social Gotas de Flor com Amor	220
Projetos Amigos das Crianças	4.165
Serviços Assist. Senhor Bom Jesus dos Passos	30
Sociedade Benfeitora Jaguaré	1.650
<b>Total</b>	<b>33.470</b>

## Expansão de cursos nas Regionais

Os projetos sociais realizados pela APAS têm o objetivo de profissionalizar. De janeiro a junho, 78 mulheres participaram do curso "Mãos Feitas", de capacitação para manicures, na Regional Marília e nas Distritais Sul e São Paulo, e 38 pessoas foram beneficiadas pelo projeto Forno e Fogão (ligado ao preparo e manipulação de alimentos) nas Regionais Baixada Santista, Bauru e Marília. E teve também o projeto Via Rápida – fruto de parceria com o Governo do Estado de São Paulo, do qual participaram 2.500 pessoas, e o Vaga Certa: 600 jovens com idades entre 14 e 24 anos conquistaram uma vaga em supermercados.

A presidente do Fundo Social de Solidariedade de Marília, Paula Almeida, ressalta a importância do projeto: "Este será o primeiro de muitos cursos de qualificação promovido pelo Fundo com o intuito de preparar a comunidade para o mercado de trabalho. Com ele, oferecemos às mulheres a possibilidade de resgatarem seu valor e melhorarem a renda da família por meio da capacitação profissional. Para nós, é um momento de festa e de agradecimento pela parceria firmada com a APAS".



A diretora Virginia Galassi: "Nossa missão é colaborar com os associados para melhorar as condições de vida e trabalho das pessoas."



Reunião da Diretoria de Responsabilidade Social

## Vendas nos supermercados apontam alta de 5,4% em maio em relação a 2012

*Aumento refere-se ao faturamento real dos supermercados no Estado de São Paulo deflacionado pelo IPS APAS/Fipe – Índice de Preços dos Supermercados*

O faturamento real dos supermercados no Estado de São Paulo (deflacionado pelo IPS – Índice de Preços dos Supermercados), no conceito ‘mesmas lojas’, teve elevação de 8,4% em maio, na comparação com abril. E na comparação anual, houve alta de 5,4% em relação a maio de 2012. Já no acumulado de janeiro a maio, contra o mesmo período do ano anterior, a elevação foi de 0,36%.

No conceito ‘todas as lojas’ houve elevação de 7,5% em relação a maio de 2012, enquanto na comparação mensal a

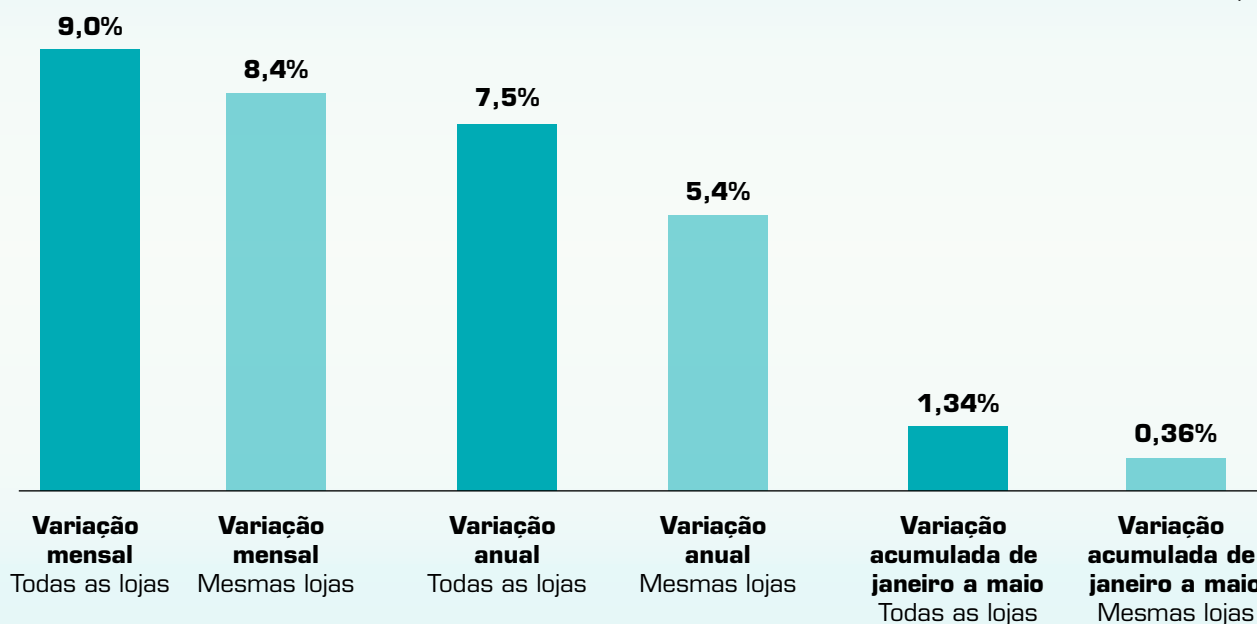
alta foi de 9% em maio se comparado a abril. No acumulado de janeiro a maio contra o mesmo período do ano anterior, a elevação foi de 1,34%.

O faturamento nominal dos supermercados no Estado de São Paulo em maio teve alta de 16,9% em relação a maio de 2012 no conceito ‘mesmas lojas’. Se comparado a abril, maio teve alta de 8,1%. No conceito ‘todas as lojas’ houve elevação de 19,3% no mês de maio em relação a maio de 2012. Em relação a abril, maio teve alta de 8,7% e, no acumulado de janeiro a maio, contra o mesmo período do ano anterior, a elevação foi de 13,6%.

Os resultados verificados nos cinco primeiros meses do ano são positivos em relação ao ano anterior. Esse resultado está diretamente relacionado ao comportamento das variáveis de emprego e renda, que contribuem de maneira expressiva para o desempenho das vendas do setor e indicam que o consumo das famílias, no que diz respeito principalmente aos alimentos, foi afetado, mas em menor grau, diante da atual situação econômica, de PIB abaixo das expectativas e inflação ainda em patamar elevado.

### ÍNDICE DE VENDAS NOS SUPERMERCADOS - IVS/APAS - MAIO DE 2013 (DEFLACIONADO PELO IPS)

Fonte: IVS/APAS



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

## APAS marca presença na 26ª ExpoSuper

*Presidente João Galassi ressalta a importância da Feira estadual para o setor e os consumidores*

Diversas autoridades políticas do Estado de Santa Catarina, como o governador Raimundo Colombo e o prefeito de Joinville Udo Döhler, e presidentes das associações estaduais de supermercados marcaram presença na 26ª ExpoSuper — Feira de Produtos, Serviços e Equipamentos para Supermercados e Convenção Catarinense de Supermercadistas — no mês de junho. O evento, promovido pela Associação Catarinense de Supermercados (ACATS), ocorreu no Complexo Expoville, em Joinville, e contemplou uma área de exposições com cerca de 200 expositores, distribuídos por 11,4 mil metros quadrados.

O presidente da APAS, João Galassi, ressaltou a importância da Feira estadual para o setor e, consequentemente, para os consumidores: “Trata-se de um evento de revelância para os supermercadistas, principalmente no que diz respeito ao desenvolvimento do setor, visando sempre atender o consumidor final — parte fundamental em nosso negócio — com o máximo de satisfação”, afirmou.



Os presidentes João Galassi (ao centro), Fernando Yamada (ABRAS), Atanázio Netto (ACATS) e autoridades cortam a fita inaugural

## Associados do Veran realizam visita técnica

*Visita exclusiva de colaboradores da rede Veran a três lojas de São Paulo proporciona aprendizado diferenciado*



Grupo do Veran conhece novos formatos de lojas

Um grupo de 20 diretores, gerentes e funcionários das áreas de RH e Operações da Rede Veran, com lojas na zona leste da capital e Região Metropolitana de São Paulo, fez uma Visita Técnica exclusiva, requisitada durante a APAS 2013 – 29º Congresso e Feira de Negócios em Supermercados. No dia 12 de junho, eles conheceram as lojas Decathlon, Hortifruti e Swift Mercado da Carne, em São Paulo.

Na ocasião, o consultor e professor da FGV-EAESP, Maurício Morgado, acompanhou o grupo e destacou os pontos de maior interesse dos supermercadistas. Para o diretor de Operações Eduardo Luís da Luz, a visita foi de extrema importância para o conhecimento de novas tecnologias e formatos. “Foi muito interessante visitar outros tipos de empresas. Gostei da vontade de vender da Decathlon, da organização do Hortifruti e da experimentação da Swift”.

## Quando o rodeio toma o lugar do supermercado

*A paixão do supermercadista Paulinho, do Bom Viver, virou uma grande festa em Lins, interior de São Paulo*



Paulinho e a esposa Solange durante o rodeio: realização pessoal

Arquivo pessoal

A maior paixão de Paulo César Lopes, diretor do Supermercado Bom Viver, fica adormecida quase o ano todo. Todos os dias ele dá um duro danado em sua loja, localizada em Lins, interior de São Paulo, mas durante dois meses deixa os negócios de lado e dedica-se à Festa de Peão de Lins – Bom Viver, uma parceria entre a Prefeitura de Lins e o Clube de Rodeio do Bom Viver. A edição mais recente do evento, que movimentou toda a região, ocorreu nos dias 25 a 28 de abril e reuniu 40 mil pessoas no Recinto de Exposições. Afinal, é ele o criador da festa que encanta os moradores do município e atrai turistas de todo o País. Este ano o rodeio teve um atrativo especial: fez parte do Calendário Oficial de Festejos pelo 93º Aniversário de Lins, com entrada gratuita para a população.

Paulinho do Bom Viver, como é conhecido em toda a região, 50 anos, afirma que ama ser supermercadista e dedica-se totalmente à profissão escolhida. “Minha esposa, Solange, toma conta do negócio neste período em que me afasto. Confio nela totalmente. São muitos os afazeres para garantir que o

evento seja um sucesso. Faço parte da comissão organizadora do rodeio e também o patrocino, junto com outros empresários. Esta é a minha paixão”, afirma.

Tudo começou há 15 anos. Lopes percebeu que havia uma grande área verde numa praça de Lins, bem perto do Supermercado Bom Viver. A primeira festa foi organizada no local e, alguns anos depois, foi transferida para o Recinto de Exposições, tornando-se sucesso de público. Em 2013, participaram 45 competidores, entre eles alguns dos peões mais renomados do País, que disputaram R\$ 25 mil em prêmios — o primeiro colocado ganhou R\$ 6 mil. A festa do peão recebeu cerca de R\$ 300 mil em patrocínio e a arena foi montada próxima ao palco fixo, onde ocorreram shows musicais à noite.

“É uma grande alegria ver o rodeio acontecendo. Os amigos e clientes se encontram e se divertem juntos, é como se fossem da mesma família. O rodeio colabora com o desenvolvimento da região tanto no aspecto financeiro como no turístico”, afirma o supermercadista. “Trata-de se uma realização pessoal.”



Divulgação/Prof. Somo André

## Vila de Paranapiacaba preserva patrimônio do século 19

*Quem visita o local, em Santo André, faz uma viagem no tempo. Turista pode conferir o tradicional Festival de Inverno, com grandes atrações musicais*

A apenas 50 quilômetros da capital paulista, no alto da Serra do Mar, fica uma das vilas mais charmosas do País: Paranapiacaba. Quem quer visitar o local não precisa esperar o período de férias chegar. Em um dia o “turista” pode fazer, literalmente, uma viagem no tempo, com direito a conhecer parques, nascentes, trilhas, museus, e passear de maria-fumaça.

Paranapiacaba, de arquitetura inglesa, é considerada patrimônio histórico. A região é tão encantadora que o patrimônio tecnológico e entorno da vila, composto por remanescentes da Mata Atlântica, foram tombados em 1987 pelo Condephaat (Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Artístico, Arqueológico e Turístico do Estado de São Paulo), em 2002 pelo Iphan (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), e no ano seguinte, na esfera municipal, pelo Condephapaasa.

Algumas opções de passeio são o antigo Mercado, construído em torno de 1899; o Clube União Lyra-Serrano, uma das últimas construções inglesas erguidas na década de 1930, que recebe atividades culturais e sociais; e o relógio da estação. Já a maria-fumaça é o ponto alto da viagem: os passageiros podem embarcar no Expresso Turístico aos domingos (exceto nos segundos do mês), às 8h30, na Estação da Luz, ou às 9h na Estação Prefeito Celso Daniel-Santo André (Linha 10-Turquesa, da CPTM). Em Paranapiacaba é possível encontrar em operação a segunda locomotiva mais antiga do Brasil, que



Maria-fumaça é o ponto alto da viagem. No detalhe, o Clube União Lyra-Serrano: construção inglesa erguida na década de 1930

pertenceu à antiga empresa britânica SPR (São Paulo Railway) e hoje integra o acervo da Associação Brasileira de Preservação Ferroviária (ABPF).

O turismo ambiental é igualmente apreciado por quem faz o passeio. O Parque Natural Municipal Nascentes de Paranapiacaba tem 4 milhões de metros quadrados. Nele vivem exemplares de cedros, bromélias e orquídeas, além de beija-flores, pica-paus, tangarás e macucos.

## Festival de Inverno

O mês de julho é marcado, na região, pelo tradicional Festival de Inverno de Paranapiacaba. O evento acontece nos dias 14, 15, 21, 22, 28 e 29. As atrações musicais se dividem entre os palcos Antigo Mercado, Palco do Campo, Sesc (Largo dos Padeiros) e Espaço Sesc (no Clube União Lyra-Serrano). Na ocasião, nomes conhecidos vão se apresentar no festival, entre eles Tom Zé, Arnaldo Antunes, Fafá de Belém, João Bosco, Claudio Zolli e Kiko Zambianchi.



# UM MUNDO DE BENEFÍCIOS, EXCLUSIVIDADE E BONS NEGÓCIOS.

Os **CONVÊNIOS APAS** oferecem um pacote completo de serviços com condições diferenciadas que a APAS negociou exclusivamente para os associados. Com eles, você comprova as vantagens todos os dias:

- REDUÇÃO DE DESPESAS
- VANTAGENS PARA EMPRESAS DE QUALQUER PORTE
- OPERAÇÕES DE LOJA POTENCIALIZADAS
- MAIOR PROTEÇÃO PARA OS ASSOCIADOS



**CONVÊNIOS APAS**

Ligue para a Central de Relacionamento APAS **11 3647-5000** ou acesse **WWW.PORTALAPAS.ORG.BR** e conheça esses e outros convênios disponíveis para você e sua empresa.

CLASSIFICAÇÃO FISCAL DE PRODUTOS

SEGURO PARA AUTOMÓVEIS

SOLUÇÕES FISCAIS APAS

PLANOS DE SAÚDE E ODONTOLÓGICO

ESCOLAS E UNIVERSIDADES

SEGUROS PATRIMONIAL E DE FROTA

LINHAS DE CRÉDITO

CERTIFICAÇÃO DIGITAL APAS

CONSULTAS DE CHEQUES

**SEU SUPERMERCADO CADA VEZ MAIS FORTE.**



**APAS**

ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS



**Doci MaxMallows**  
O Marshmallow que traz  
Max resultado para o seu  
ponto de venda.



Embalagens de 300g e 50g

**Você deseja, a Docile realiza:**

**Max opções:** embalagens de 50g e 300g com diferentes cores e formatos, tradicionais e inovadores.

**Max sabor:** deliciosos, eles têm textura super macia.

**Max daqui:** nascido e produzido no Brasil para o gosto dos brasileiros.

