



INFORMAÇÕES PARA A IMPRENSA – PRESS KIT

APAS 2009

ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS

ÍNDICE

A entidade.....	03
Histórico.....	04
Linha do tempo.....	05
Eventos.....	07
O setor.....	08
Mais informações.....	10

A ENTIDADE

A APAS – Associação Paulista de Supermercados é uma entidade de classe que reúne empresários supermercadistas do Estado de São Paulo e tem como missão integrar a cadeia do abastecimento, de forma a promover o desenvolvimento do setor. A APAS conta com 1.100 associados, com um total de 2.200 lojas, que representam cerca de 80% das vendas do segmento.

O setor supermercadista faturou R\$ 158,5 bilhões em 2008, o correspondente a 5,5% do PIB brasileiro, dos quais 31% no Estado de São Paulo, com vendas de R\$ 49,3 bilhões. O crescimento real no ano passado foi de 10,5% e a expectativa para 2009 é crescer próximo de 2,5%.

A inflação de 2008 foi de 5,9% pelo IPCA-IBGE, de 6,17% pelo IPC-FIPE e de 6,68% pelo IPS-APAS (Índice de Preços no Supermercado), medido pela FIPE na Grande São Paulo. No acumulado desde o lançamento do Plano Real, em julho de 1994, os índices de preços nos supermercados são bem menores em relação a outros indicadores da economia. Nesses 15 anos, o IPA-FVG variou 354%, o IPC-Fipe 186% e o IPS-APAS apenas 94%.

A APAS possui vários serviços à disposição dos associados, como: a Escola Paulista de Supermercados, que oferece cursos de capacitação aos profissionais da área, contribuindo para o aprimoramento das competências necessárias à operação dos supermercados; os Convênios APAS, que proporcionam descontos na negociação com fornecedores e ainda possibilitam gerar renda; e a Revista SuperVarejo, que traz mensalmente informações vitais para o cotidiano das lojas.

A entidade conta também com o Portal APAS, instrumento institucional destinado a ser um elo entre a associação e o mercado, com informações sobre o setor e os papéis desempenhados pela APAS junto ao segmento e à sociedade; o Espaço APAS – Centro de Convenções, um ambiente propício à realização de eventos sociais e de negócios; e a Mulher APAS, diretoria composta por mulheres supermercadistas com foco em responsabilidade social.

HISTÓRICO

A APAS foi fundada em 1971 em um pequeno sobrado em Pinheiros, na capital paulista, fruto do empenho de pioneiros do setor que sentiram a necessidade de se organizar, criando uma associação que os representasse e formulasse as políticas do setor. No primeiro endereço, na rua Cristiano Viana, a APAS permaneceu por 11 anos. Em maio de 1982, mudou-se para a sede própria na avenida São Gualter, no Alto de Pinheiros.

Hoje, a APAS está localizada em uma moderna sede, no Alto da Lapa, na rua Pio XI, nº 1.200, onde ocorrem as reuniões mensais da diretoria e, cotidianamente, um corpo de executivos e colaboradores – especialistas em diversas áreas do conhecimento – desenvolvem projetos de forma a manter uma relação cada vez mais próxima e interativa com os associados e o segmento supermercadista.

Além da sede própria, a entidade conta com 10 regionais (Araçatuba, Baixada Santista, Bauru, Campinas, Marília, Presidente Prudente, Ribeirão Preto, São José do Rio Preto, Sorocaba e Vale do Paraíba) e três distritais (Leste Alta Mogiana, Oeste e Sul) para atender associados das mais diversas regiões do Estado.

LINHA DO TEMPO

1971

- Fundação da APAS

1982

- Mudança para a sede própria na avenida São Gualter, no Alto de Pinheiros

1985

- 1º Congresso e Feira APAS

1994

- Início da parceria com a FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas) para elaboração do índice APAS de preços dos supermercados
- Lançamento da Revista APAS

1995

- 1ª Edição do Troféu Ponto Extra

1996

- Criação da Escola Paulista de Supermercados

2000

- Revista SuperVarejo substitui a Revista APAS, com novo projeto e posicionamento
- Inauguração da nova sede, na rua Pio XI, nº 1200, Alto da Lapa
- Início de mais uma importante etapa, cujo principal objetivo é a profissionalização do setor e a integração da cadeia de abastecimento

2001

- Inauguração do Espaço APAS – Centro de Convenções

2002

- Criação da diretoria Mulher APAS

2004

- 1ª Feira de Gestão em Centrais de Negócios (FCN)
- Revista SuperVarejo recebe prêmio de melhor revista de comunicação empresarial pela Editora Referência

2005

- 1ª Conferência e Congresso de Flores, Frutas, Legumes e Verduras (FLV)

LINHA DO TEMPO

2006

- ❑ Pesquisa aponta Revista SuperVarejo como a mais lida e respeitada pelo setor supermercadista
- ❑ Lançamento do estudo Retratos do Varejo, em parceria com renomadas empresas de pesquisa.

2007

- ❑ Criação do Portal APAS com o objetivo de aproximar mais a entidade de seus associados e do mercado. O conteúdo contempla informações institucionais de âmbito jurídico, regulatórios e gestão (Escola APAS), e traz notícias de interesse do setor supermercadista
- ❑ APAS participa ativamente da campanha “Eu Não Sou de Plástico” em parceria com a Prefeitura de São Paulo – evento considerado o ponto inicial da conscientização sobre a necessidade da prática dos 4Rs (Repensar, Reduzir, Reutilizar e Reciclar)
- ❑ Consolidação dos Convênios APAS – iniciativa criada pela entidade para beneficiar o associado ao proporcionar melhores condições de aquisição de alguns insumos (seguros, frota, equipamentos) e a possibilidade de geração de renda por meio da oferta de serviços aos consumidores

2008

- ❑ APAS realiza o 24º Congresso de Gestão e Feira Internacional de Negócios em Supermercados sob o tema “Sustentabilidade em nome do consumidor” e reúne 63 mil diretores e executivos de supermercados, tornando-se a maior feira do setor no mundo
- ❑ Espaço APAS – Centro de Convenções lança seu site para reforçar a comunicação com seu público-alvo

EVENTOS

A APAS promove encontros regulares para aproximar executivos e diretores do setor supermercadista dos seus parceiros de negócios, com o objetivo de integrar a classe e fortalecer o relacionamento. Para os eventos, são convidadas personalidades do cenário político, econômico e empresarial para ministrar palestras sobre temas da atualidade.

Café com Personalidade APAS

Palestra com uma personalidade do meio político ou econômico em um café da manhã que reúne diretores e executivos do setor supermercadista e seus fornecedores.

Happy Hour APAS

Em cada edição, reúne mais de 400 convidados supermercadistas, que participam de palestras com personalidades de diversas áreas do conhecimento. O coquetel servido após as palestras proporciona um ambiente descontraído para a troca de informações e de negócios, promovendo o desenvolvimento pessoal e profissional dos participantes.

Troféu Ponto Extra

O Troféu Ponto Extra premia, desde 1996, os melhores produtos, serviços e profissionais do setor supermercadista. Mais do que um prêmio, é o reconhecimento da APAS a quem se destaca pela contribuição ao dinamismo característico do setor.

O SETOR

O autosserviço de alimentos foi um dos formatos de varejo que mais cresceu nos últimos 50 anos, diversificando-se em novos modelos, como hipermercados, supermercados, lojas de vizinhança, hard discount e lojas gourmet, resultado da busca pela modernização dos processos de distribuição e atendimento aos diversos públicos consumidores.

O conceito de supermercado surgiu na década de 1950 e hoje as 76 mil lojas brasileiras respondem por 80% do abastecimento das famílias brasileiras. O setor passa por diversas transformações e mantém-se como o mais atualizado e dinâmico sistema dentre todos os existentes no varejo brasileiro.

A história dos supermercados no Brasil está diretamente ligada aos movimentos macroeconômicos do País desde a década de 1960. Passado esse período de amadurecimento, os supermercados brasileiros apresentam-se no mesmo nível dos norte-americanos e europeus, e continuam em processo contínuo de evolução.

O Estado de São Paulo, pela sua representatividade, assume importância crescente no panorama do varejo no Brasil e no mundo. O setor supermercadista é referência para todo o País por incorporar tecnologias e técnicas comerciais e administrativas, que buscam a melhoria dos processos e, conseqüentemente, o aprimoramento do atendimento ao consumidor.

O SETOR

Dados Estado de São Paulo	
Faturamento do setor	R\$ 49,3 bilhões
Volume de vendas	31% (em nível nacional)
Participação no PIB	1,7%
Número de empresas	5.100
Número de lojas	6.200
Total da área de venda	4,9 milhões de m ²
Total de checkouts	47.723
Empregos diretos	230.000
Empregos indiretos	790.000

Fonte: Nielsen/APAS

Dados Brasil	
Faturamento do setor	R\$ 158,5 bilhões
Participação no PIB	5,5%
Número de lojas	76.000
Total da área de venda	19 milhões m ²
Total de checkouts	186.000
Empregos diretos	877.000
Empregos indiretos	3 milhões

Fonte: ABRAS/Nielsen

INFORMAÇÕES À IMPRENSA



FSB COMUNICAÇÕES – (11) 3061-9596

Fabiano Oliveira – fabiano.oliveira@fsb.com.br

Débora Pratali – debora.pratali@fsb.com.br