

RELATÓRIO DE ADMINISTRAÇÃO

2024

SUMÁRIO EXECUTIVO

O ano de 2024 representou uma nova etapa para a Associação Paulista de Supermercados (APAS), marcada pela continuidade de uma trajetória de fortalecimento institucional e implementação de transformações estratégicas que reposicionaram a entidade frente aos desafios do setor varejista alimentar.

Pedro Lopes, do Lopes Supermercados, esteve como presidente da Associação até agosto de 2024, promovendo avanços significativos no desenvolvimento dos negócios e da governança da APAS.

Erlon Godoy Ortega, dos Supermercados Serve Todos, assumiu a presidência em setembro, e, desde então, vem trabalhando para fortalecer a APAS como protagonista nas discussões econômicas, políticas e sociais que impactam o setor supermercadista no estado de São Paulo.

Mesmo diante de um cenário global desafiador – com tensões geopolíticas, instabilidades climáticas e pressões inflacionárias, a Associação atuou com firmeza na defesa dos interesses do setor. Participou ativamente de debates sobre política fiscal, inflação e defesa da cesta básica, alcançando avanços concretos, como a renovação de benefícios fiscais para alimentos essenciais e a integração à Câmara Técnica do Procon.

A APAS encerrou 2024 com 1.654 empresas associadas, superando a meta anual, e presença em mais de 600 municípios paulistas. O relacionamento com os associados foi fortalecido por uma estrutura regional mais capilarizada, novos coordenadores e um plano ativo de expansão, com a meta de atingir 2 mil empresas até final de 2025.

O protagonismo da entidade também foi refletido na produção de dados estratégicos e na atuação da área de Inteligência Setorial, com uma plataforma dedicada ao setor e mais de 16 estudos econômicos publicados, tornando-se referência em análises de inflação, preços e conjuntura.

No campo de eventos, a APAS SHOW teve recordes de patrocínios, de presença internacional, com expositores de 22 países, e expansão do espaço de exposição com novo pavilhão. Paralelamente, o APAS Experience consolidou-se como feira regional de negócios, com 14 edições e faturamento recorde também.

A comunicação passou por uma reestruturação completa e estratégica, com destaque para a ampliação da presença nas redes sociais. A produção de conteúdos institucionais, como a web-série com a história dos empresários supermercadistas paulistas, reforçou a conexão da entidade com seus públicos prioritários.

A atuação social foi intensificada, com 280 toneladas de alimentos arrecadados, ações em todo o estado, campanhas ambientais e a adesão ao compromisso Net Zero Carbon Events, com meta de neutralidade de carbono até 2050. Por fim, a modernização tecnológica da APAS deu um salto com a implantação das soluções Salesforce e SAP, consolidando a entidade como uma das mais modernas do país em gestão e operação.

Com uma gestão orientada por dados, inovação, proximidade com os associados e compromisso social, a APAS encerra 2024 mais forte, estruturada e conectada com o futuro do varejo alimentar.

CARTA DO PRESIDENTE

ERLON GODOY ORTEGA
PRESIDENTE DA APAS



Desde que assumi a presidência da Associação Paulista de Supermercados (APAS), no segundo semestre de 2024, nossa missão segue firme: continuar fortalecendo o setor supermercadista, ampliar nossa representatividade e gerar valor para todos os nossos associados. Dando continuidade ao excelente trabalho realizado pelo meu antecessor, Pedro Lopes, nosso objetivo tem sido expandir a atuação para garantir que sejamos parte ativa nas decisões que impactam o setor.

Em 2024, avançamos significativamente na interlocução com o governo. Nesse período, realizamos a terceira agenda institucional, recebemos o governador do estado para encontros estratégicos e fortalecemos nosso papel nas discussões setoriais. Conseguimos avanços concretos, como a renovação dos benefícios fiscais para o setor de alimentos, uma medida importante para a população paulista.

Além disso, criamos a Câmara Técnica com o Procon, levando o diálogo com órgãos reguladores, para um trabalho educativo e preventivo em prol das melhores relações de consumo.

No campo do associativismo, seguimos fortalecendo nosso negócio por meio do aumento da base de as-

sociados e maior proximidade com eles. Nossa meta é ousada: atingir 2.000 associados até o final de 2025, um crescimento de 25%. Para isso, ampliamos nossa presença no interior do estado, aumentando a representatividade regional, passando a contar com 10 vice-diretores em cada uma das regionais, garantindo uma voz ativa em todas as regiões do estado.

Nossa governança também está em evolução. Demos continuidade ao processo de melhoria institucional iniciado com a consultoria Falconi, acelerando a implementação de boas práticas de gestão. O sucesso do APAS Eleições e o significativo crescimento do APAS Experience, incentivando encontros que aproximam o setor das melhores práticas regionais, mostram que estamos no caminho certo.

No cenário econômico, enfrentamos desafios que impactaram diretamente o setor. Além disso, eventos climáticos extremos, como a tragédia no Rio Grande do Sul no início de 2024, reforçam a necessidade de adaptação do setor a novas realidades econômicas e ambientais.

Agradeço a confiança de todos, seguimos juntos, construindo o futuro para o varejo supermercadista.

ÍNDICE



12

05 | **PROPÓSITO - MISSÃO, VISÃO, VALORES**

07 | **RETROSPECTIVA MACRO CENÁRIO 2024**

A) INTELIGÊNCIA SETORIAL



16

13 | **EVOLUÇÃO DA APAS 2024**

- A) TRANSFORMAÇÃO ESTRUTURAL
- B) ASSOCIADOS NO CENTRO
- C) GOVERNANÇA E TECNOLOGIA
- D) MARKETING: FORTALECENDO A ENTIDADE
- E) COMUNICAÇÃO: VOZ ATIVA
- F) RESPONSABILIDADE SOCIAL
- G) EFICIÊNCIA OPERACIONAL

37 | **2024 EM NÚMEROS**



36

39 | **CONCLUSÃO**

UM OLHAR PARA O FUTURO

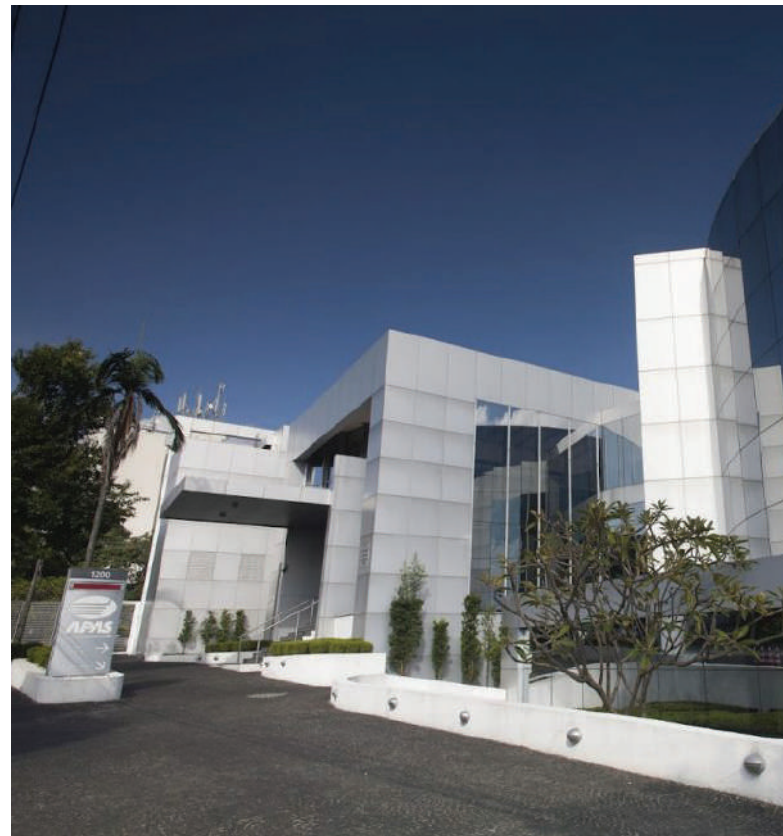
01 NOSSA HISTÓRIA

O primeiro supermercado inaugurado no Brasil foi aberto em 1953 na cidade de São Paulo e se chamava “Sirva-se”. Foi a partir daí que os armazéns de Secos e Molhados evoluíram comercialmente para o que conhecemos hoje como setor supermercadista.

A pujança do setor, que já se mostrava a mola propulsora do setor terciário na economia da época, apresentou a necessidade de constituir uma representação político-institucional, e foi a partir daí que os empresários supermercadistas que acreditavam em uma sociedade mais próspera através da livre iniciativa fundaram, no dia 12 de maio de 1971, a APAS - Associação Paulista de Supermercados.

Desde então, a APAS tem destacado sua atuação para desenvolver um novo pensamento em torno do setor supermercadista, iniciativa fundamental para fomentar a economia brasileira.

Durante os períodos de altas inflações, em que os preços das mercadorias mudavam diariamente, os donos de supermercados conseguiram evoluir bastante. Isso ocorreu porque com a constante mudança nos preços, as pessoas compravam grandes quantidades de produtos, o que gerava um bom giro de estoque. Desta forma, os donos de supermercado conseguiam negociar bons preços com os fornecedores.



Assim que a economia se estabilizou e o número de concorrentes cresceu, os donos de supermercado tiveram que ser criativos para conseguir se destacar da concorrência. Por outro lado, com as mudanças os consumidores passaram a ficar atentos a outros diferenciais, como bom atendimento, qualidade e diversidade de produtos, dentre outros.

01 PROPÓSITO

Representar e desenvolver continuamente o setor do varejo alimentar, gerando valor de maneira sustentável aos associados e a todas as partes interessadas

02 MISSÃO

Incentivar o desenvolvimento dos associados do setor de varejo alimentar, indicando as melhores práticas, tendências e com inovação constante. Representar e apoiar os associados nas esferas de governo estadual e municipal.

03 VISÃO

Ser referência como uma entidade de classe influente e inovadora, por meio da excelência na oferta de produtos, serviços e representatividade setorial.

05 VALORES

FOCO NO ASSOCIADO

Trabalhamos para que nossos associados alcancem resultados excepcionais.

AGILIDADE

Respondemos de maneira oportuna, rápida e assertiva às mudanças no setor, absorvendo tendências, aproveitando as oportunidades e gerenciando riscos.

CAPACIDADE DE TRANSFORMAÇÃO E INOVAÇÃO

Alinhamos continuamente nossas práticas de inovação com a nossa orientação estratégica.

UNIÃO E UNIDADE

Reunimo-nos constantemente e sempre buscamos a decisão por consenso em prol do coletivo.

PREZAR PELAS PRÁTICAS ESG:

Somos orientados e orientamos nossos associados às melhores práticas organizacionais relativas aos critérios ambientais, sociais e parâmetros de excelência de governança corporativa.

02 CENÁRIO ECONÔMICO 2024





O ano de 2024 foi de desafios, mas também de avanços estratégicos para o setor supermercadista. O Brasil encerrou o período com crescimento econômico positivo, apesar das pressões inflacionárias e da volatilidade política global. Influenciado por essa conjuntura internacional instável e por dinâmicas domésticas que impactaram diretamente o consumo das famílias no Brasil, o setor contou com a atuação da APAS para acessar informações precisas, influenciar políticas públicas e fortalecer a relação com o consumidor.

Apesar do cenário externo adverso, a economia brasileira demonstrou resiliência, registrando um crescimento do PIB acima das projeções iniciais do mercado. A expansão foi sustentada pelo consumo das famílias, impulsionado pela menor taxa de desemprego desde 2015 e pelo aumento da massa salarial. No entanto, o aumento dos custos de produção e logística, agravado pela inflação de oferta e cambial, impactou diretamente os preços dos alimentos e outros bens de consumo.

A inflação em 2024 não foi decorrente de excesso de demanda, mas sim de choques de oferta e custos elevados, particularmente em itens como combustíveis, fertilizantes e commodities agrícolas.

O Brasil encerrou o ano com uma inflação no setor su-

permercadista de 6,08%, segundo o Índice de Preços dos Supermercados (IPS), calculado pela APAS em parceria com a FIA. Entre os produtos com maior impacto inflacionário estiveram o café, o leite e a carne bovina, este último refletindo não apenas os custos internos, mas também o efeito cambial e a forte demanda do mercado externo.

A política de juros seguiu sendo um dos principais temas do ano. A taxa Selic permaneceu elevada durante grande parte de 2024, o que encareceu o crédito e afetou o poder de compra das famílias, principalmente aquelas de menor renda. A APAS defendeu, ao longo do ano, uma abordagem mais equilibrada para a política monetária, argumentando que a inflação não estava sendo impulsionada pelo consumo, mas sim por fatores externos e estruturais.

Além disso, a entidade participou ativamente de debates sobre tributação, especialmente no que tange à manutenção dos benefícios fiscais sobre a cesta básica no Estado de São Paulo. A retirada desses incentivos poderia gerar um impacto inflacionário severo sobre os alimentos essenciais. Estudos desenvolvidos pela APAS subsidiaram as negociações junto ao governo, reforçando a necessidade de uma política fiscal que garantisse previsibilidade para o setor supermercadista.



Outro fator de destaque foi a intensificação das mudanças climáticas e seus efeitos sobre a produção agrícola global. Eventos climáticos extremos afetaram a oferta de alimentos, como no caso da produção de café e laranja, contribuindo para a elevação dos preços no Brasil. Aqui no País, a instabilidade climática gerou também o episódio de enchentes no Rio Grande do Sul, que trouxe um temor momentâneo de desabastecimento, especialmente de arroz.

CENÁRIO INTERNACIONAL

No cenário global, dois grandes fatores moldaram o comportamento dos mercados: as eleições norte-americanas e a continuidade dos conflitos geopolíticos. A

disputa eleitoral nos Estados Unidos trouxe incertezas quanto à política externa do país, afetando mercados emergentes e alterando fluxos de investimento e comércio. Paralelamente, os conflitos no Oriente Médio e entre Rússia e Ucrânia continuaram pressionando os preços internacionais, sobretudo de combustíveis e commodities agrícolas.

A crescente adoção de políticas protecionistas também influenciou o comércio global, com medidas de sobre-taxação e barreiras tarifárias impactando diretamente as exportações brasileiras. Esse movimento, somado à desvalorização do real em determinados momentos do ano, elevou o custo dos produtos importados e pressionou a inflação interna.

UM ANO QUE DEIXA MUITAS MARCAS

CENÁRIO BRASIL



3,4%

CRESCIMENTO
DO PIB EM 2024



104

MILHÕES DE PESSOAS
OCUPADAS



6,1%

MENOR TAXA DE
DESEMPREGO DESDE 2015



+11%

MANUTENÇÃO DA TAXA SELIC EM
PATAMAR ELEVADO DURANTE BOA
PARTE DO ANO



6,08%

INFLAÇÃO ANUAL
NO SETOR SUPERMERCADISTA
(IPS APAS/FIA)

CENÁRIO INTERNACIONAL



+1,5°C

AUMENTO DA TEMPERATURA GLOBAL
ACIMA DOS NÍVEIS PRÉ-INDUSTRIAIS
(RECORDE HISTÓRICO)



3

GRANDES TENSÕES GLOBAIS
IMPACTARAM A ECONOMIA:

- . GUERRA RÚSSIA X UCRÂNIA
- . CONFLITO NO ORIENTE MÉDIO
- . DISPUTA COMERCIAL ENTRE G7 E BRICS

2.1 INTELIGÊNCIA SETORIAL

A ECONOMIA AO ALCANCE DO SUPERMERCADISTA

O ano de 2024 trouxe uma profunda transformação na área de Economia e Pesquisa da APAS. Acompanhando as evoluções tecnológicas e utilizando os softwares e ferramentas mais recentes, a área de Economia e Pesquisa deu um salto qualitativo, transformando-se numa área de inteligência de dados. Agora sob a denominação de Inteligência Setorial, a área consolidou-se como um hub estratégico de dados, análises e projeções, atuando de forma integrada com diversas frentes da entidade e sendo protagonista no debate público sobre os rumos da economia nacional e do setor supermercadista do estado de São Paulo.

A expansão da área permitiu o desenvolvimento de projetos de big data, cruzando informações econômicas, setoriais, georreferenciadas, demográficas e de mercado de trabalho, com foco específico no setor supermercadista paulista. A nova plataforma criada passou a acompanhar mensalmente todos os indicadores relevantes para o setor.

Em 2024, foram publicados 16 estudos relacionados à inflação, sendo 12 análises mensais do Índice de Preços dos Supermercados (IPS), em parceria com a FIA, e 4 notas econômicas especiais, com destaque para os impactos do cenário internacional e climático nos preços dos alimentos. Em 2024, o IPS fechou com alta de 6,08%, influenciado principalmente por aumentos no café, leite e carne bovina, impactados por fatores como câmbio, quebra de safra e eventos climáticos extremos.

ATUAÇÃO TÉCNICA E ESTRATÉGICA

A área teve atuação destacada nos principais temas do ano, como a crise climática no Rio Grande do Sul e o de-

bate sobre o fim dos benefícios fiscais da cesta básica. No primeiro caso, a equipe foi acionada diretamente pelo Ministério da Agricultura e produziu um relatório técnico com dados de estoques e abastecimento, contribuindo para evitar o pânico e a desinformação.

No segundo, elaborou um estudo aprofundado sobre os impactos econômicos e sociais do fim dos benefícios fiscais, subsidiando não apenas a própria APAS, mas também o governo federal, governos estaduais e outras instituições em suas tomadas de decisão. O estudo foi realizado com base em dados da POF (pesquisa de orçamento familiar), do IBGE; da PNAD Contínua e nos painéis de preços monitorados pela entidade.

Além disso, a área produziu relatórios e painéis sobre turnover no setor, pesquisa salarial do setor supermercadista e mapeamento georreferenciado das lojas em São Paulo, que indicou a existência de 24.414 estabelecimentos no estado, sendo cerca de 21 mil com apenas uma loja. Esses dados alimentam o Projeto Estratégico 7, que visa a reformulação do modelo associativo da APAS.

A área de Inteligência Setorial foi também protagonista na formulação de projeções econômicas próprias, contrariando as estimativas conservadoras do mercado financeiro. Enquanto o mercado projetava crescimento do PIB abaixo de 2%, a APAS estimou 3,2%, apostando na força do consumo das famílias, o que acabou se confirmando.

Essa visão diferenciada gerou ampla demanda da imprensa e da sociedade. Além disso, a área produziu uma série de vídeos explicativos e simplificados, vol-



tados à educação econômica do setor e à desconstrução de fake news, como os que explicavam os aumentos do chocolate, do arroz e do café, ressaltando que os supermercados são repassadores de preços, e não formadores.

Em 2024, a área organizou 3 webinars sobre conjuntura e mudanças climáticas, com participação de nomes como Estevan Kopchik (IPEA), Paulo Gala (Banco Master) e o ambientalista Thiago Pietrobon. Também realizou webinars sobre análise de dados para alavancar vendas e os impactos da catástrofe ambiental sobre as diferentes cadeias de suprimento e sobre os preços dos alimentos. Houve alta demanda dos associados por esses conteúdos estratégicos.

A APAS também reativou o Comitê de Economia, com membros representando algumas regionais do esta-

EDUCAÇÃO ECONÔMICA E DESCONSTRUÇÃO DE FAKE NEWS

do, além de ampliar sua atuação em fóruns externos como a FIESP, Associação Comercial e em conversas com investidores e bancos. A área também coordenou 96 pesquisas nos encontros regionais, participou de diversas visitas técnicas a grandes redes, realizou consultorias para associados, promoveu estudos sobre comportamento do consumidor na APAS SHOW, e liderou pesquisas de NPS que revelaram índice de satisfação de 83 pontos, superando a meta de 81.

03. A EVOLUÇÃO DA APAS

A APAS busca constantemente reforçar sua representatividade empresarial, econômica, política e social em prol dos supermercadistas do estado de São Paulo. Há mais de 50 anos, a Associação contribui para o desenvolvimento do setor, o que se reflete, inclusive, na participação no quadro associativo, que fechou o ano de 2024 com 1.654 associados, representando 4.989 mil lojas em todo o estado.



16

SEDES REGIONAIS
E DISTRITAIS EM

14

CIDADES DO
ESTADO DE
SÃO PAULO



R\$ 300
Bilhões

É O FATURAMENTO
ESTIMADO
DOS SUPERMERCADOS
PAULISTAS
EM 2024



1.654

ASSOCIADOS,
QUE REPRESENTAM
4.989 LOJAS



10.426

PESSOAS PARTICIPARAM
DOS CURSOS
DA ESCOLA APAS

3.1. TRANSFORMAÇÃO ESTRATÉGICA

Em 2024, a gestão de Recursos Humanos da APAS passou por uma transformação significativa, consolidando-se como uma área estratégica dentro da organização. O departamento assumiu um papel fundamental na estruturação organizacional e no desenvolvimento de pessoas.

Houve uma revisão completa do plano de cargos e salários, resultando na adequação salarial de diversas posições. Análises comparativas com o mercado mostraram oportunidade de ajustes de remuneração e benefícios para reter talentos e fortalecer a satisfação dos colaboradores.

PESQUISA DE CLIMA E DESENVOLVIMENTO DA LIDERANÇA

Para compreender o ambiente interno, foi realizada a pesquisa de clima organizacional. Os principais desafios identificados foram o desenvolvimento da liderança e a necessidade de treinamentos para as equipes. Para essas questões, foram implementadas iniciativas como:

- **Grupos internos de liderança:** cinco encontros realizados em 2024 com 21 gestores (diretores, gerentes e coordenadores) para compartilhar experiências, discutir indicadores de RH e boas práticas do mercado.





21% DE REDUÇÃO NA TAXA DE TURNOVER EM COMPARAÇÃO COM 2023

OPORTUNIDADE DE CRESCIMENTO

O RH também avançou em iniciativas de crescimento profissional, incluindo:

- **Promoção por mérito:** 10 colaboradores promovidos em 2024.
- **Recrutamento interno:** todas as vagas passaram a ser divulgadas internamente, incentivando o crescimento dentro da organização.

- **Programa de Desenvolvimento de Liderança** Contratação de consultoria especializada, com cinco módulos (dois já realizados e três a serem concluídos em 2025) de treinamento presencial.

- **Assessment de Liderança:** Avaliação de perfil dos gestores com três pilares de análise: reação sob pressão, estilo de liderança e comportamento na zona de conforto. Os resultados serviram como base para a criação de Planos de Desenvolvimento Individual (PDIs), que serão acompanhados ao longo de 2025.

Para atender à demanda de desenvolvimento profissional, o RH promoveu a Semana do Desenvolvimento, realizada em outubro. Com o tema “Lifelong Learning”, o evento contou com palestras e workshops sobre Inovação, Protagonismo, Atendimento ao cliente, Inteligência emocional, Gestão de conflitos e Comunicação não violenta.

Além disso, foram mantidos treinamentos técnicos por área, garantindo a atualização contínua dos colaboradores.

- **Onboarding aprimorado:** processo de integração online via plataforma eLearning e implantação do programa de padrinhos/mentores para novos colaboradores.

Foram também realizadas rodas de conversa com os colaboradores entre agosto e setembro, para ouvir percepções e coletar insights. Esse diálogo inspirou a criação de novas iniciativas, como a Semana do Desenvolvimento e os fóruns sobre clima organizacional. Com essas iniciativas, a APAS registrou uma redução de 21% na taxa de turnover em comparação com 2023, um avanço expressivo na retenção de talentos.

Para 2025, a certificação GPTW (Great Place to Work) será uma meta, para fortalecer ainda mais a reputação da entidade como um excelente ambiente de trabalho.

Com uma abordagem cada vez mais estratégica e focada no desenvolvimento das pessoas, o RH da APAS segue evoluindo para garantir um time capacitado e alinhado aos desafios do setor supermercadista.

3.2. ASSOCIADOS NO CENTRO

A atuação da APAS junto aos seus associados é pautada pela escuta ativa e pela proximidade regional. Em 2024, a entidade passou por um importante reposicionamento de sua estrutura de Relacionamento com os Associados, com um movimento estratégico que consolidou a regionalização das ações e o fortalecimento de suas entregas.

ESCOLA APAS: APRENDIZADO CONSTANTE

Com 13 regionais e 3 distritais, a estrutura passou a atuar de forma ainda mais alinhada às demandas locais, mantendo integração com as diretrizes da APAS. O ano foi marcado por uma reorganização das equipes, incluindo a criação de coordenações regionais para ampliar a capacidade de atendimento e aumentar a capilaridade das ações. Por meio do mapeamento do setor supermercadista paulista em profundidade, identificou-se o perfil dos empresários, número de lojas, geração de empregos, arrecadação de tributos e potencial de crescimento associativo. Com esse conhecimento, a área de Relacionamento com Associados iniciou um plano estruturado de expansão, com ações de prospecção em cidades estratégicas e a meta de alcançar 2 mil empresas associadas até o final de 2025 – encerrando 2024 com 1.654 empresas, superando a meta de 1.616.



ISTOCK PHOTO

O ano de 2024 foi marcado também por um processo de transformação na Escola APAS, com foco em escuta ativa e planejamento. Com base no projeto “Nova Escola APAS”, foram ouvidos supermercadistas de diferentes perfis e regiões para entender, com profundidade, suas necessidades de capacitação. A partir desse diagnóstico, estruturamos um novo posicionamento da Escola, voltado ao que realmente importa para o associado: flexibilidade, relevância e impacto direto nos resultados. Esse processo de escuta foi essencial para orientar a reformulação do portfólio de cursos e o investimento em uma nova plataforma de aprendizagem, mais moderna, interativa e acessível.

O RESULTADO DESSA REESTRUTURAÇÃO JÁ PODE SER MEDIDO

- + de 800 cursos realizados ao longo do ano**
- + de 4.300 horas de treinamento oferecidas**
- 10.426 pessoas treinadas em 2024**
- 15.900 certificados emitidos**
- Crescimento de 139% na adesão aos cursos**

Esses números expressivos demonstram o avanço da Escola APAS em seu propósito de desenvolver as competências e habilidades dos profissionais que atuam no varejo alimentar. A Escola atuou também como integradora de conhecimento e inteligência, conectando treinamentos a temas atuais e necessidades reais do setor, com apoio das áreas técnicas da entidade. Foram oferecidos conteúdos inéditos e altamente pertinentes, com envolvimento direto dos consultores da APAS, que passaram a validar e sugerir novos temas de capacitação.

Com uma média de 500 associados participando por mês, a Escola potencializou sua atuação em 2024 e já se prepara para um novo ciclo de crescimento. Em 2025, será lançada uma nova plataforma de aprendizagem, com acesso 24 horas por dia. A expectativa é disponibilizar mais de 5.400 cursos – um aumento de quase 70% na comparação com o ano anterior.



ISTOCK PHOTO

Além dos temas técnicos tradicionais, a Escola ampliará seu portfólio para abranger áreas estratégicas como liderança, inovação, comportamento, sustentabilidade e diversidade, com o objetivo de apoiar os supermercados em seus desafios de gestão de pessoas, operações e negócios. O foco permanece claro: desenvolver pessoas para fortalecer empresas e impulsionar o setor supermercadista paulista.

Dentre os destaques do ano estão os 98 Encontros de Supermercadistas realizados pelas Regionais e Distritais, com foco nas demandas específicas de cada localidade e participação exclusiva de tomadores de decisão. Os encontros mobilizaram 4.842 participantes e obtiveram nota de satisfação de 9,8, reforçando o valor da troca de experiências e da orientação técnica – incluindo temas como fiscalização da Vigilância Sanitária, atuação do Procon e boas práticas operacionais. Também foram promovidos 14 eventos APAS



ISTOCK PHOTO

Experience com foco na cadeia de abastecimento local, fomentando fornecedores. Essas ações somaram 9.761 participantes, com nota de satisfação de 9,2.

A APAS também fortaleceu sua atuação política regional com a entrega de cartas-compromisso a prefeitos eleitos e a realização de sabatinas com o Apas Eleições em todas as cidades com representação regional, visando alinhar expectativas e compromissos com os interesses do setor supermercadista.

A atuação institucional foi decisiva, especialmente em um ano eleitoral, para a construção de pontes com gestores públicos e órgãos reguladores – uma sinergia entre as áreas Jurídica e de Relações Institucionais.

Outro avanço significativo foi a consolidação da Plataforma de Consultorias, que respondeu a 1.455 de-

PLATAFORMA DE CONSULTORIA RESPONDEU A 1.455 DEMANDAS EM 2024

mandas em 2024, apoiando pequenos, médios e grandes supermercadistas nas áreas jurídica, operações de loja, economia, relações trabalhistas, relações de consumo, relações sindicais, direito tributário e meios de pagamento.

Nesse sentido, também se destaca a importância das reuniões dos Grupos de Trabalho Jurídico e Tributário, que analisaram vários assuntos importantes para o setor como os impactos da Reforma Tributária, Prorrogação dos Benefícios fiscais de ICMS, Relatório de Transparência Salarial, Dosimetria das multas do PROCON, Folgas das mulheres aos domingos, Programa de Olho na Validade, dentre outros, resultando em comunicados técnicos de orientação aos associados.

Destaca-se, ainda, no âmbito da Consultoria Jurídica a participação na elaboração do Termo de Cooperação Técnica com o IPEM-SP que proporcionou a participação dos Delegados Regionais nos Encontros Supermercadistas das Regionais APAS, com palestras orientativas para prevenção de autuações, além disso foi acordada a realização de Cartilha de orientação para o setor supermercadista. E não menos importante foi a constituição da Câmara Técnica de Supermercados junto à Fundação PROCON-SP, com o objetivo de tratar temas específicos do setor e a harmonização das relações de consumo.

A pesquisa de NPS (Net Promoter Score) quadrimestral indicou a melhor nota da série histórica, atingindo 83 pontos – resultado que reflete a consolidação da proposta de valor da entidade e sua crescente atuação junto aos associados.

DESTAQUES



1.654

ASSOCIADOS AO FINAL
DE 2024 (ACIMA DA META)



+600

MUNICÍPIOS CONTAM
COM NOSSA PRESENÇA



NOVA EQUIPE COM
COORDENADORES REGIONAIS



+800

CURSOS NA ESCOLA APAS,
EM DIVERSOS FORMATOS



10.426

PESSOAS PARTICIPARAM
DOS CURSOS

EVENTOS REGIONAIS



98

ENCONTROS DE SUPERMERCADISTAS
REALIZADOS



4.842

PARTICIPANTES



9,5

NOTA DE SATISFAÇÃO



14

EVENTOS APAS EXPERIENCE



9.761

PARTICIPANTES



9,2

NOTA DE SATISFAÇÃO



23

CARAVANAS COM **1.018**
SUPERMERCADISTAS
ORGANIZADAS PARA A APAS
SHOW COM BENEFÍCIOS
EXCLUSIVOS



249

ATENDIMENTOS DE CONSULTORIA
PARA ASSOCIADOS EM 2024

PRONTZ: SOLUÇÕES PARA A EFICIÊNCIA E RENTABILIDADE DOS SUPERMERCADOS

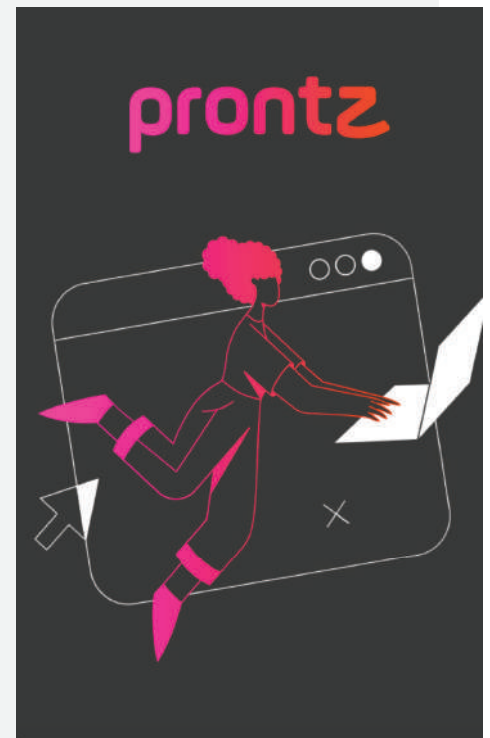
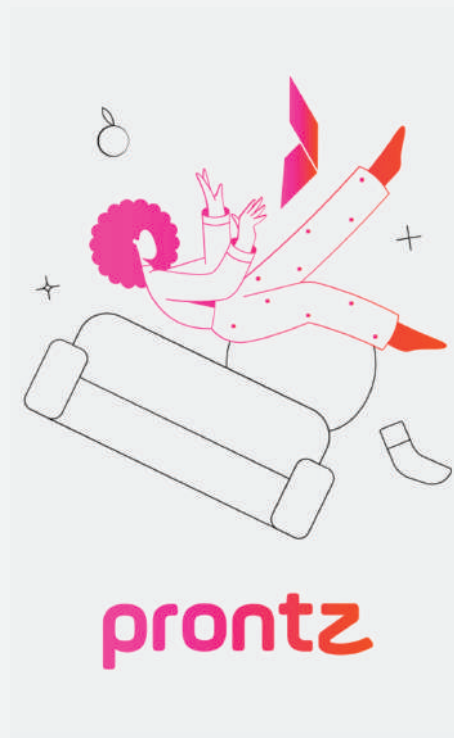
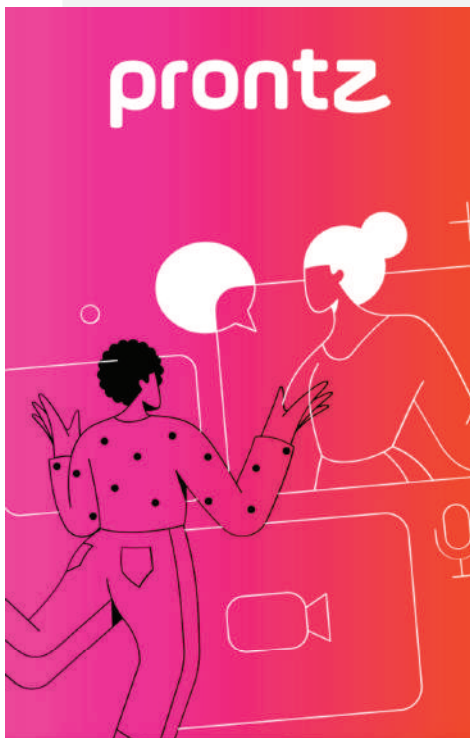
Ao longo de 2024, a Prontz ofereceu soluções voltadas à infraestrutura, rentabilidade e eficiência operacional dos associados. O ano foi marcado por ações estratégicas, como a parceria com a Abras para soluções de aquisição, soluções voltadas à segurança patrimonial e, especialmente, a busca por alternativas mais econômicas no mercado livre de energia – tema que tem grande impacto sobre os custos do setor.

Com uma base de 57% dos associados realizando compras por meio da plataforma, a Prontz demonstrou sua relevância como canal de negócios, inclusive com margem de equilíbrio contributiva superior a 37%. Novos fornecedores, produtos e serviços foram agregados, com curadoria criteriosa para garantir qualidade, segurança na entrega,

suporte no pós-venda e benefícios financeiros. A Prontz também contribuiu com diagnósticos financeiros, auxiliando os supermercados a identificar cobranças indevidas e promover economias diretas e indiretas.

A Prontz esteve presente nos principais eventos da entidade, como APAS Experience, com espaços interativos que ampliaram o engajamento dos associados e fortaleceram sua presença. Grandes indústrias se tornaram parceiras da Prontz, onde obtiveram excelentes resultados através de suas entregas aos associados.

Para 2025 investiremos em tecnologia na plataforma para melhorar a experiência dos associados e agregaremos novos parceiros com soluções inovadoras e necessárias aos supermercadistas.



MOMENTOS QUE MARCARAM OS APAS EXPERIENCE EM 2024



ABC



Araçatuba



Bauru



Campinas



Guarulhos



Leste-SP



Marília



Osasco



Presidente Prudente



Ribeirão Preto



Santos



São José do Rio Preto



Sorocaba



Vale do Paraíba



CEAGESP



Anhembi

3.3.

GOVERNANÇA E TECNOLOGIA

Com atuação estratégica no fortalecimento da estrutura interna da APAS, a área de Gestão Corporativa teve, em 2024, um papel essencial na consolidação de processos, aprimoramento da governança e modernização tecnológica da entidade. A diretoria é composta por quatro áreas-chave: Controladoria e Compras, Financeiro e Administrativo (incluindo o Espaço APAS), Jurídico e Gestão Corporativa e Tecnologia.

A sinergia entre essas frentes garante que a APAS atue com robustez e responsabilidade na condução dos seus projetos e serviços, oferecendo o suporte necessário para que as demais áreas entreguem valor aos associados. Um dos maiores destaques de 2024 foi o avanço expressivo na agenda de governança corporativa, com a aprovação de quatro novas políticas institucionais, alinhadas às melhores práticas de mercado:

Código de Conduta

Política de Governança Corporativa

Política de Conflito de Interesses

Política de Gestão de Aplicações Financeiras

Esta última trouxe resultados diretos à saúde financeira da entidade. Com apoio do Comitê de Finanças, Auditoria e Compliance, a política permitiu maior rentabilidade das aplicações financeiras da APAS, com diversificação



ISTOCK PHOTO

de risco, critérios rigorosos de segurança, liquidez e transparência – sempre com responsabilidade na gestão dos recursos da associação. Além disso, a implantação de um Canal de Denúncias fortaleceu a cultura de transparência, ética e conformidade na entidade.

Com relação às demais áreas, também tivemos avanços. O Jurídico Corporativo, como parceiro estratégico das áreas internas, atuou na mitigação de riscos operacionais (gestão do contencioso judicial e administrativo e na elaboração, análise e revisão de contratos), assegurando a conformidade legal de forma a sustentar as tomadas de decisões.

A Controladoria, por sua vez, agindo de maneira consultiva e estratégica e com uma maior aproximação das lideranças, auxiliou nas tomadas de decisões e garantiu que os recursos fossem alocados de forma eficiente e alinhados com o planejamento estratégico da APAS. Já a área de Compras iniciou o processo de centralização das compras, especialmente nas negociações relacionadas aos eventos da APAS, gerando um ganho expressivo de eficiência, maior poder de negociação e melhor relacionamento com fornecedores, resultando em eco-

nomia e previsibilidade orçamentária.

O Financeiro também desempenhou um papel fundamental, garantindo a gestão eficiente dos recursos e sustentabilidade financeira da APAS, atuando de maneira diligente na gestão das contas a pagar, contas a receber, faturamento e aplicações financeiras. Enquanto o Administrativo garantiu a infraestrutura adequada da Sede e das regionais, com foco em segurança e bem-estar de colaboradores e associados.

Outro destaque é o fato de que o Centro de Convenções Espaço APAS foi premiado com o Troféu Jacaré de Ouro do Prêmio Caio 2024, considerado o Oscar do reconhecimento aos Centros de Eventos no Brasil, consolidando-se como referência em infraestrutura e atendimento para eventos de pequeno e médio porte.

Com importantes investimentos realizados em tecnologia em 2024, o foco do ano de 2025 será a estabilização e evolução dos sistemas de gestão. O uso pleno do SAP e do Salesforce permitirá à APAS atuar com mais profundidade na gestão e análise dos projetos e na oferta de dados estratégicos às áreas operacionais.

MODERNIZAÇÃO TECNOLÓGICA

Em 2024, a área de Gestão Corporativa também liderou um robusto processo de modernização tecnológica na entidade, com a implementação de três grandes plataformas:

. SAP: implantado no backoffice da entidade especialmente nas áreas Financeira e Controladoria, o sistema passou a garantir maior confiabilidade na gestão de dados, integração entre áreas e segurança para auditorias.

. Salesforce: sistema de CRM e gestão operacional que centraliza as ações de relacionamento com o que associado, atendimento, vendas e marketing.

. Office 365: substituiu a antiga plataforma de e-mails e agendas, trazendo mais segurança e produtividade às equipes.

Essas tecnologias posicionam a APAS entre as associações mais modernas do país no que diz respeito à gestão de negócios e serviços internos.

DESTAQUES



4

ÁREAS-CHAVE COMPÕEM A DIRETORIA DE GESTÃO CORPORATIVA:

- .CONTROLADORIA E COMPRAS
- .FINANCEIRO E ADMINISTRATIVO (INCLUINDO O ESPAÇO APAS)
- .JURÍDICO
- .GESTÃO CORPORATIVA E TECNOLOGIA



4

NOVAS POLÍTICAS INSTITUCIONAIS FORAM APROVADAS COMO PARTE DO AVANÇO DA GOVERNANÇA CORPORATIVA



3

GRANDES PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS FORAM IMPLANTADAS:

- SAP** – PARA GESTÃO FINANCEIRA E CONTROLADORIA
- SALESFORCE** – PARA CRM, ATENDIMENTO E MARKETING
- OFFICE 365** – PARA COMUNICAÇÃO E PRODUTIVIDADE



1

CANAL DE DENÚNCIAS FOI IMPLANTADO, FORTALECENDO A ÉTICA, CONFORMIDADE E TRANSPARÊNCIA.



+1.500

CONTRATOS GERIDOS PELA ÁREA JURÍDICA NA ORGANIZAÇÃO DA APAS SHOW



1 PRÊMIO NACIONAL CONQUISTADO:

TROFÉU JACARÉ DE OURO PRÊMIO CAIO 2024

RECEBIDO PELO ESPAÇO APAS, RECONHECIDO COMO REFERÊNCIA ENTRE CENTROS DE EVENTOS NO BRASIL



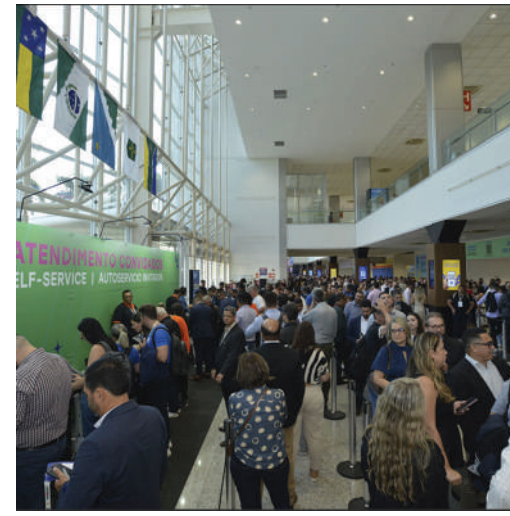
CENTRALIZAÇÃO DA ÁREA DE COMPRAS INICIADA, GERANDO GANHOS EM NEGOCIAÇÃO E CONTROLE

3.4. MARKETING: FORTALECENDO A ENTIDADE

A diretoria de Marketing e Negócios da APAS consolidou-se como um pilar estratégico para o crescimento e fortalecimento da entidade. O ano foi marcado pela consolidação do APAS Experience, a expansão da APAS SHOW, a reestruturação do time comercial e a evolução dos processos de CRM e inteligência de mercado. Com uma atuação alinhada ao desenvolvimento do setor supermercadista, a equipe buscou inovar, ampliar a visibilidade da marca e gerar oportunidades de negócios para os associados e parceiros.

Com especial destaque para a consolidação do Experience como uma das principais plataformas regionais de negócios do setor supermercadista, foram realizadas 14 edições ao longo do ano. O evento deixou de ser um espaço de relacionamento e passou a ocupar um papel estratégico como feira regional de negócios, promovendo conexões entre supermercadistas e fornecedores locais. O reposicionamento do Experience contribuiu para um crescimento expressivo de faturamento. A iniciativa foi reconhecida internamente como um dos projetos mais relevantes da associação, com impacto direto na valorização dos pequenos e médios supermercadistas e no fortalecimento político





da APAS em diversas regiões do estado.

Outro marco importante de 2024 foi a expansão da APAS SHOW, que ganhou um novo pavilhão – o Azul B – no Expo Center Norte, acrescentando mais de 2.500 m² à área de exposição. O evento, já consolidado como o maior do setor supermercadista da América Latina, trouxe crescimento no número de visitantes, expositores e na geração de oportunidades para o setor, fortalecendo ainda mais as relações da APAS com parceiros estratégicos.

A retomada do Prêmio APAS Acontece, após um hiato de cinco anos, foi um dos momentos de celebração mais simbólicos do ano. A premiação contemplou 15 categorias com base em pesquisas da Scantech, além de reconhecer empresas regionais que se destacaram nos eventos Experience e homenagear, por indicação dos diretores regionais, 16 empresas com atuação relevante em suas localidades.

Internamente, a área passou por um importante processo de reestruturação, com a criação de uma nova estrutura comercial voltada para aprimorar o atendimento e ampliar a oferta dos produtos da APAS. A implantação do software Salesforce como plataforma base de CRM marcou o início de uma nova cultura de relacionamento e inteligência de mercado, com a criação de uma área dedicada à gestão de leads e relacionamento com os

diversos públicos da entidade. A área de Marketing também intensificou seus esforços em comunicação digital e desenvolvimento de novos produtos, buscando maior engajamento e presença estratégica junto ao setor.

A plataforma SuperVarejo também avançou em sua consolidação como hub de conteúdo. A revista impressa, os canais digitais e o podcast ganharam relevância ao longo de 2024, com foco em ampliar o alcance junto ao público jovem e em fortalecer a visibilidade institucional do setor supermercadista.

Para 2025, a área de Marketing da APAS projeta a continuidade da trajetória de crescimento e inovação registrada em 2024. Um dos principais focos será o fortalecimento e a expansão dos eventos Experience e APAS SHOW, com o objetivo de aumentar ainda mais a geração de negócios e a participação de empresas regionais. A consolidação da SuperVarejo como hub de conteúdo digital também figura como uma das prioridades, com a meta de ampliar o alcance junto ao público jovem, reforçar a presença nos canais digitais e diversificar formatos de comunicação.

A área também direcionará esforços para o desenvolvimento de novos produtos e iniciativas que ampliem as oportunidades de negócios para a APAS e seus associados, reforçando o papel da entidade como catalisadora do crescimento do setor supermercadista paulista.

DESTAQUES



REESTRUTURAÇÃO DA EQUIPE
COMERCIAL COM ATUAÇÃO
REGIONALIZADA PARA POTENCIALIZAR
VENDAS E PARTICIPAÇÃO



EXPANSÃO DA
APAS SHOW, COM
NOVOS 2.500 M2



CRIAÇÃO DO NOVO
PAVILHÃO AZUL B NO
EXPO CENTER NORTE

14

14 APAS EXPERIENCE
REALIZADOS



PRÊMIO APAS
ACONTECE
RECONHECENDO:

15

CATEGORIAS PRINCIPAIS
BASEADAS EM PESQUISAS
DA SCANTECH

3

PREMIAÇÕES PARA
EMPRESAS REGIONAIS
DO EXPERIENCE

16

HOMENAGENS
INDICADAS POR
DIRETORES REGIONAIS

3.5. COMUNICAÇÃO: VOZ PARA O SETOR

Uma profunda reestruturação na área de comunicação institucional da APAS marcou o ano de 2024. Mais do que um ajuste organizacional, esse movimento consolidou a comunicação como um pilar estratégico da entidade, com impacto direto no posicionamento do setor supermercadista perante a sociedade, a imprensa, os associados e os próprios colaboradores.

O trabalho de comunicação institucional permitiu alinhar todas as frentes da entidade com a um discurso unificado, pautado pela valorização do setor, pela defesa institucional e pela entrega de conteúdo relevante aos associados.

A comunicação externa da APAS alcançou em 2024 resultados inéditos. A entidade conquistou 6.288 inserções na imprensa nacional e regional, um crescimento de 190% em relação a 2023, quando foram registradas 2.170 reportagens. Esse volume recorde resultou em uma valoração de R\$ 66,8 milhões, um aumento de 81,5% em comparação ao ano anterior.

A atuação estratégica junto à imprensa foi potencializada por um trabalho contínuo de posicionamento, com alinhamento prévio entre áreas, porta-vozes e regionais. Um marco foi o número de 98 matérias publicadas em veículos tier 1 (primeiro nível) superando em mais de 300% a meta anual de 24 inserções.



Além da ampliação da presença na mídia, a comunicação externa foi reforçada por treinamentos internos com lideranças e porta-vozes, especialmente nas vésperas dos eventos Experience e da APAS SHOW, garantindo preparo e alinhamento para cada aparição pública.

COMUNICAÇÃO DIGITAL: PRESENÇA ATIVA E CANAIS INTEGRADOS

A comunicação digital também deu passos importantes em 2024. A gestão do site institucional passou a ser mais ativa e contínua, com conteúdos atualizados e alinhados à estratégia de posicionamento. As redes sociais, especialmente o LinkedIn, foram fortalecidas tanto nos perfis oficiais da APAS quanto na curadoria e gestão dos canais do presidente e do diretor geral, ampliando o alcance da mensagem institucional.

Entre os destaques do ano, está o lançamento da segunda temporada da web-série “Lideranças que Inspiram” que retrata histórias de supermercadistas paulistas, fortalecendo a conexão com o público, resgatando as histórias dos empresários do setor e promovendo o protagonismo dos associados. Também foi intensificado o trabalho de transparência, com o registro e disponibilização de 100% das reuniões do Conselho e das Regionais, facilitando o acesso dos associados às decisões e discussões estratégicas da entidade.

Na comunicação com os associados, houve a criação de um canal oficial no WhatsApp, que passou a compartilhar diariamente conteúdos institucionais. Ainda nesse eixo, foi criado o Grupo de Trabalho de Comunicação, que passou a atuar de forma colaborativa nas estratégias e ações de comunicação do setor, em especial, com os jornalistas.

A comunicação interna também passou por uma reestruturação. Em fevereiro, foi lançada a newsletter semanal APAS Comunica, com o objetivo de informar os colaboradores sobre resultados o que acontece na entidade e retratar as histórias dos colaboradores. Foram 52 edições publicadas ao longo do ano, estabelecendo um canal regular e transparente.

Por fim, em 2024 foi iniciado o desenvolvimento do Pro-



jeto de Comunicação Institucional da APAS, com apoio de uma consultoria especializada. O objetivo é estruturar a comunicação da entidade de forma integrada, com definição clara de um plano de ação que envolve o mapeamento de mensagens, públicos, canais e posicionamento. O projeto terá continuidade em 2025, consolidando a comunicação como um ativo estratégico da APAS e uma ferramenta essencial para o associado e a valorização do setor supermercadista.

DESTAQUES



+6.200

INSERÇÕES PUBLICADAS
NA IMPRENSA NACIONAL
E REGIONAL



190%

É O CRESCIMENTO EM
RELAÇÃO A 2023



VALORAÇÃO DE

**66,8
Milhões**

UM AUMENTO DE **81,5%** EM
COMPARAÇÃO AO ANO ANTERIOR



100%

DAS REUNIÕES DE CONSELHO
E REGIONAIS GRAVADAS E
DISPONIBILIZADAS AOS ASSOCIADOS



CRIAÇÃO DE CANAL DE
WHATSAPP PARA ENVIO DIÁRIO
DE CONTEÚDO INSTITUCIONAL



CRIAÇÃO DO GT DE
COMUNICAÇÃO



2ª

TEMPORADA DA WEB-SÉRIE
“LIDERANÇAS QUE INSPIRAM”

3.6.

COMPROMISSO COM A SOCIEDADE

Com atuação transversal, o programa de responsabilidade social da APAS integra iniciativas com foco na segurança alimentar, redução de impactos ambientais e mobilização solidária. Durante a APAS SHOW, foram arrecadadas 280 toneladas de alimentos – das quais 159 foram direcionadas para vítimas das enchentes no Rio Grande do Sul –, promovendo a solidariedade entre expositores e parceiros. O evento também recebeu o “Espaço de Responsabilidade Social”, com seis exposições sobre boas práticas, ciclo de vida dos alimentos e combate ao desperdício. O trabalho de coleta e gestão de resíduos resultou em 369,7 toneladas desviadas de aterros e na compensação de 189 toneladas de CO₂ com a aquisição de 759 iRecs e o plantio de mil mudas, em parceria com a SOS Mata Atlântica.

Ao longo do ano, a APAS promoveu campanhas como o “Natal Solidário”, “Campanha do Agasalho” (com 82,2 toneladas de roupas arrecadadas) e as ações de Páscoa, Dia das Crianças e Natal, em parceria com o Instituto Center Norte. Além disso, as regionais passaram a adotar a certificação iRec, compensando 44,6 toneladas de CO₂ em suas operações.

Destacam-se ainda a atuação junto ao Programa Mesa Brasil do Sesc, ao Programa Prato Cheio, ao Movimento Arredondar e às ações contínuas do Programa de Combate à Fome e Segurança Alimentar, com apoio técnico e jurídico da entidade.



ISTOCK PHOTO

DESTAQUES



280

TONELADAS DE ALIMENTOS
ARRECADADOS EM 2024



PARCERIAS: PROGRAMA MESA
BRASIL (SESC), PRATO CHEIO,
AMIGOS DO BEM



369,7

TONELADAS DE RESÍDUOS
GERENCIADOS COM ATERRO
ZERO NA APAS SHOW



189

TONELADAS DE CO₂ NEUTRALIZADAS



1.000

MUDAS DE ÁRVORES PLANTADAS



572

IRECS, COMPENSANDO 44,6 TCO₂

EVENTO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL COM 6 EXPOSIÇÕES:



DESTAQUES: PACTO GLOBAL
DA ONU, MESA BRASIL,
PRATO CHEIO, PARTICIPAÇÃO
DE GRANDES, MÉDIOS E
PEQUENOS ASSOCIADOS



82,2

TONELADAS DE ROUPAS
ARRECADADAS



ADESÃO AO COMPROMISSO
INTERNACIONAL NET
ZERO CARBON EVENTS



50%

DE REDUÇÃO É A NOSSA META
DE EMISSÕES ATÉ 2030



2050

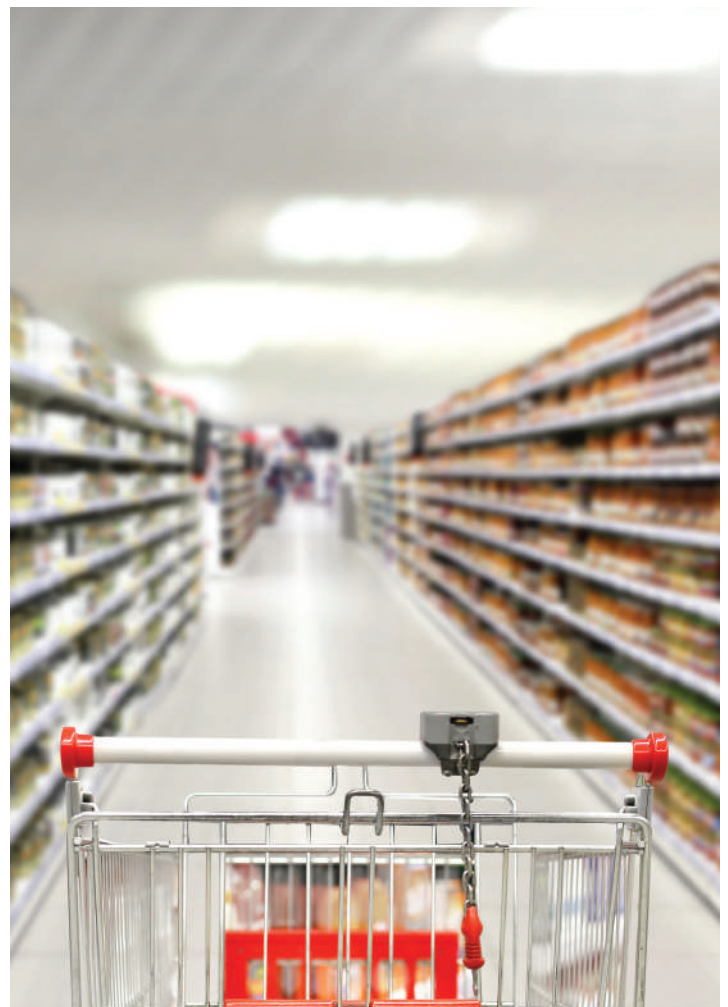
NEUTRALIDADE DE CARBONO

3.7. OPERAÇÕES – EFICIÊNCIA E TECNOLOGIA

Em 2024, a Diretoria de Operações, Projetos e Inovação da APAS consolidou um papel estratégico no apoio à cadeia de abastecimento supermercadista, atuando em três frentes complementares: eventos e operações, gestão de projetos e processos internos e fomento à inovação voltada para os desafios do setor.

A operação da APAS SHOW – o maior evento do setor supermercadista das Américas – passou por um importante marco em 2024. Pela primeira vez, a equipe de Operações assumiu uma atuação direta na produção do evento, em parceria com uma produtora especializada. Esse novo modelo trouxe ganhos significativos em organização, eficiência e experiência dos públicos.

Entre os destaques, estão a alta taxa de satisfação de expositores e visitantes, o aperfeiçoamento no credenciamento e fluxo operacional do evento e a implantação de reconhecimento facial na Sala VIP, agregando inovação e conveniência. O sucesso da edição também se refletiu em um NPS (Net Promoter Score) expressivo, reforçando o impacto positivo das melhorias implementadas.



ISTOCK PHOTO

INOVAÇÃO PARA TRANSFORMAR O VAREJO ALIMENTAR

Criada em março de 2024, a área de Inovação tem como missão conectar os supermercados às tendências tecnológicas e comportamentais mais relevantes do setor. Sob a liderança de uma profissional com experiência no varejo, a área promoveu webinars com cases práticos, participou de eventos nacionais e internacionais e trouxe para dentro da APAS SHOW um espaço exclusivo para 20 startups apresentarem soluções voltadas ao setor supermercadista.

Entre os temas abordados estiveram ferramentas de inteligência artificial para controle de estoque e prevenção de perdas, CRM acessível para pequenos e médios varejistas, tecnologias para reduzir o desperdício de alimentos, e soluções que melhoram a experiência do consumidor com conveniência e autonomia, como self check-out, delivery, terminais interativos e retirada de pedidos por senha.

Além disso, a área atuou na curadoria de conteúdos de inovação para o Congresso de Gestão da APAS SHOW, promovendo o conhecimento entre os líderes do setor.



ISTOCK PHOTO

DESTAQUES



1ª

VEZ COM ATUAÇÃO
DIRETA DA EQUIPE DE
OPERAÇÕES NA PRODUÇÃO
DA APAS SHOW



20

STARTUPS APRESENTARAM
INOVAÇÕES NO ESPAÇO DE
INOVAÇÃO DA FEIRA



+10

WEBINARES REALIZADOS
COM FOCO EM SOLUÇÕES
INOVADORAS PARA O VAREJO



ECONOMIA SIGNIFICATIVA
NAS DESPESAS OPERACIONAIS
DOS EVENTOS REGIONAIS
(APAS EXPERIENCE)



RECONHECIMENTO FACIAL IMPLANTADO
NA SALA VIP DA FEIRA COMO INOVAÇÃO
EM CREDENCIAMENTO

04 O ANO DE 2024 EM NÚMEROS

O ano de 2024 marcou uma nova etapa na história da Associação Paulista de Supermercados (APAS), com uma gestão voltada para a inovação institucional, a ampliação da representatividade e a consolidação do protagonismo da entidade em diversos cenários – econômico, político, social e setorial. Sob nova presidência desde o segundo semestre, a APAS deu continuidade aos avanços conquistados nos últimos anos, ao mesmo tempo em que implementou mudanças estratégicas profundas, alinhadas às demandas de um setor dinâmico e essencial à economia brasileira.

Mesmo diante de um cenário global desafiador, com tensões geopolíticas, mudanças climáticas e pressões inflacionárias, a entidade fortaleceu seu papel como voz ativa do varejo alimentar paulista, defendendo os interesses do setor em fóruns públicos, consolidando dados e análises econômicas robustas, e ampliando sua presença institucional.

A reformulação estrutural da entidade – com nova governança, fortalecimento regional, expansão dos eventos e reestruturação da comunicação – é reflexo de uma gestão conectada às transformações do mercado e da sociedade. Ao longo de 2024, a APAS reafirmou seu propósito de gerar valor sustentável aos associados, contribuindo ativamente para o desenvolvimento econômico e social do Estado de São Paulo.



ISTOCK PHOTO

DESTAQUES DO ANO



1.654

EMPRESAS ASSOCIADAS
AO FINAL DE 2024
(META SUPERADA)



CRIAÇÃO DE COORDENAÇÕES
REGIONAIS E
FORTALECIMENTO
DA ESTRUTURA EM
13 REGIONAIS E **3** DISTRITAIS



CRIAÇÃO DA CÂMARA
TÉCNICA DO PROCON E
PARTICIPAÇÃO ATIVA EM
ÓRGÃOS REGULADORES



16

ESTUDOS ECONÔMICOS
FORAM PUBLICADOS AO
LONGO DO ANO



DESENVOLVIMENTO DE
PLATAFORMA COM DADOS
GEORREFERENCIADOS E
MAPEAMENTO



REESTRUTURAÇÃO DO
PLANO DE CARGOS
E SALÁRIOS



REDUÇÃO DE
21%
NA TAXA DE TURNOVER
EM COMPARAÇÃO
COM 2023



98

ENCONTROS DE
SUPERMERCADISTAS, COM

4.842

PARTICIPANTES E NOTA
DE SATISFAÇÃO DE

9,8



PARTICIPAÇÃO
INTERNACIONAL:

22

PAÍSES EXPOSITORES

DESTAQUES DO ANO



CRIAÇÃO DO CANAL OFICIAL NO
WHATSAPP PARA ASSOCIADOS



RETOMADA DO
PRÊMIO APAS ACONTECE



NOTA DE NPS:

83

PONTOS, ACIMA
DA META QUADRIENAL



280

TONELADAS DE ALIMENTOS
ARRECADADOS, COM **159**
DESTINADAS AO RS



369,7

TONELADAS DE RESÍDUOS
GERENCIADOS COM ATERRO
ZERO NA APAS SHOW



189

TONELADAS DE
CO₂ COMPENSADAS
E **1.000** MUDAS
PLANTADAS



AÇÕES SOLIDÁRIAS:

CAMPANHA DO AGASALHO

(82,2 T),

NATAL SOLIDÁRIO
E PÁSCOA



ADESÃO AO
COMPROMISSO
NET ZERO
CARBON EVENTS



50%

DE REDUÇÃO ATÉ 2030 E
NEUTRALIDADE ATÉ 2050)

UM OLHAR SOBRE OS DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA O FUTURO

POR CARLOS CORREA,
DIRETOR EXECUTIVO DA APAS

Em 2024, promovemos uma reestruturação interna significativa, com o objetivo de tornar nossa gestão mais eficiente e alinhada às melhores práticas do mercado.

Criamos uma nova estrutura organizacional, com a divisão em quatro diretorias: Diretoria de Serviços aos Associados, Diretoria de Marketing e Negócios, Diretoria de Gestão Corporativa, Diretoria de Operações, Projetos e Inovação.

Fortalecemos a área de Recursos Humanos, que passou a atuar de forma estratégica, e aprimoramos a comunicação institucional para garantir maior transparência e alinhamento com nossos associados.

Essa reestruturação reflete nosso compromisso com a governança e a eficiência operacional, garantindo que a APAS esteja preparada para os desafios do futuro.

Na área de eventos, a APAS SHOW segue em expansão e se consolida como referência no setor. Em 2024, alcançamos a presença de expositores de 22 países e um espaço de 2.500 metros quadrados maior do que a edição anterior. Nosso objetivo é fortalecer internacionalização do evento e ampliar a conexão com outras feiras globais.

Para fortalecer nossa voz, gerar mais visibilidade e consolidar nossa reputação, em 2024 a APAS deu início a um projeto estratégico de comunicação. Através desta iniciativa, buscamos reorganizar nossa rota e aprimorar



rar a comunicação da entidade de maneira mais eficaz e alinhada com nossos públicos. Ao longo do ano passado, a área de comunicação institucional estreitou relações e ampliou a presença da APAS junto aos seus associados e à sociedade em geral.

Hoje temos 1.654 associados à APAS. É um número expressivo, com participação dos diferentes formatos de lojas, em especial, os pequenos e médios. Mas, considerando que o setor conta com mais de 24 mil lojas no Estado de São Paulo, ainda há um grande potencial de crescimento. Nosso principal desafio é continuar criando caminhos inovadores e eficazes para ampliar nossa base associativa e, assim, tornar a APAS ainda mais representativa.

Nossa missão é fortalecer ainda mais a voz do setor frente aos públicos do varejo alimentar de São Paulo – governo, fornecedores, entidades regulatórias, imprensa, consumidores, os próprios supermercadistas e os colaboradores do setor. Continuaremos aprimorando os serviços, com o associado sempre no centro da nossa atuação.

Vamos seguir firmes no compromisso de representar, qualificar e conectar o setor supermercadista. A ampliação da base de associados será uma prioridade estratégica, junto com a inovação na prestação de serviços e o fortalecimento da nossa atuação institucional.

Temos um enorme potencial de crescimento e estamos preparados para avançar.

