

ACONTECE APAS



APAS discute o papel do Brasil no cenário mundial de alimentos



Setor paulista elege seus melhores fornecedores

O CANAL DO SUPERMERCADISTA DE SÃO PAULO
ANO IX • EDIÇÃO Nº 64



Nova fase da gestão da APAS

Posse da Gestão APAS Biênio 2018-2020 e o aperfeiçoamento do modelo de Governança Corporativa colocam a entidade em novo patamar de evolução





MENSAGEM DO PRESIDENTE

Gestão 2018-2020 apoia-se no três pilares estratégicos da APAS: Desenvolvimento Setorial, Representatividade Setorial e Regulação Setorial.

3

WEBINAR

Webinar Escola APAS já é sucesso entre associados

4



AGENDA INSTITUCIONAL

Pleitos do setor supermercadista

6

NOVA GESTÃO E COMITÊS

Nova fase na gestão da APAS

10



PRÊMIO APAS ACONTECE

Uma noite para ficar na memória da indústria

14

MARCAS CAMPEÃS

Com ainda mais prêmios, APAS lança promoção Marcas Campeãs 2019

21



EVENTOS

Eventos da APAS em 2018 levaram integração e conhecimento aos associados

22

REUNIÕES ABERTAS

Abordaram assuntos indispensáveis para o setor

24



Presidente: Ronaldo dos Santos
Diretoria: Alexandre Ferrato dos Santos, Aparecido Massanori Omote, Antonio Massami Nagai, Antônio Monte, Aparecido Massanori Omote, Aurélio Mialich, Armando Jorge Peralta, Carlos Topal Ely, Dinis Dias, Erlon Carlos, Godoy Ortega, Isabel dos Santos, Jad Zogheib, João Carlos Galassi, João Sanzovo, José Carlos Novellini, Jose Eduardo Vaz de Carvalho, José Flávio Cabreira Fernandes, Marcelo Nicoluci, Marcos Cavicchiolli, Marcos Leandro Tozi, Nelson Barbosa, Omar Abdul Assaf, Omar Ahmad Assaf, Orlando Morando Jr., Paulo Pompilio, Paulo Tadao Yokoi, Pedro Celso Gonçalves, Pedro Lopes Brandão, Roberto Longo Pinho Moreno e Sebastião Edson Savegnago

Diretorias Regionais/Distritais

ABC: Rodrigo Mascareñas
Araçatuba: Nilton Cesar Orsi
Baixada Santista: André Gouvêa
Bauru: Airton dos Santos Burgos
Campinas: José Luis Alves de Matos
Guarulhos: Antônio Raya Sanches
Leste: Fábio Hiroyuki Iwamoto
Marília: Bruno Kenji Kawakami
Osasco: Estevan Galdino Soares
Presidente Prudente: Edival Bruno Troiano
Ribeirão Preto: Rodrigo Canesin
São José do Rio Preto: José Luis Sanches
São Paulo: Shirlei Castanha
Sorocaba: José Rodrigues Santiago Neto
Sul: Fábio de Almeida Francisco
Vale do Paraíba: Damião Galdino da Nóbrega

Superintendente: Carlos Correa

Gerente da Divisão de Gestão Corporativa: Rodrigo Mariano

Gerente da Divisão de Marketing e Negócios: Fabiano Benedetti

Gerente da Divisão de Serviços aos Supermercados: Eduardo Ariel Grunewald
Edição: Priscila Mazo (MTB 45301)

Reportagem e redação:

Joesandra Muniz

Diagramação, revisão e produção gráfica:

Cucas Conteúdo Inteligente
www.cucasconteudo.com.br

Imagens: iStock, Agência Brasil e divulgação

Impressão: Pigma Gráfica e Editora LTDA

Acontece APAS é uma publicação institucional da **APAS – Associação Paulista de Supermercados**, distribuída gratuitamente aos associados.

Tiragem: 2500 exemplares

Para anunciar: (11) 3647-5027 ou comercial@apas.com.br

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

Acesse: www.portalapas.org.br

Siga-nos no LinkedIn, Facebook, Twitter, Flickr, YouTube e Google+

Mensagem do presidente



Estar à frente de uma das maiores entidades representativas do país é uma grande responsabilidade. Ainda mais quando vejo o quanto a APAS, nas gestões anteriores à minha, que começou em setembro de 2018, tem agregado ao setor supermercadista, aos consumidores e a toda a cadeia de abastecimento.

Temos influenciado em leis e políticas públicas que favorecem o desenvolvimento do setor e, conseqüentemente, do país – já que movimentamos a economia e representamos, somente em São Paulo, cerca de 2% do PIB nacional. Temos desenvolvido profissionais que trabalham em supermercados e, aliás, empregamos meio milhão de pessoas somente aqui no estado – outra vantagem que o setor entrega à sociedade. E temos falado por todos, desde os pequenos estabelecimentos até as grandes redes, em fóruns e outras oportunidades em que podemos fazer valer a voz do empresário supermercadista.

Exemplo de tudo isso está aqui nas próximas páginas da Acontece: fomos a Brasília, junto com a ABRAS, para apresentar ao Ministro da Economia, Paulo Guedes, todas as necessidades do setor supermercadista e para deixar claro que estamos à disposição para construir, em conjunto, projetos que favoreçam o crescimento do setor e da economia. Também estabelecemos mais um formato para levar conhecimento aos nossos associados, tornando o Webinar uma grande plataforma da APAS para explicar assuntos relevantes e atuais aos profissionais que estão no dia a dia com o consumidor, com mais interação e proximidade. Também participamos de grandes discussões nacionais, como na audiência pública no Cade - Conselho Administrativo de Defesa Econômica, em que tivemos a oportunidade de expor os problemas enfrentados pelo setor que ocasionam o pagamento de altas taxas de cartões, tal como a verticalização bancária no país. Lá, representamos com equidade cada um dos nossos associados em suas realidades. É assim que pretendo conduzir a gestão do biênio 2018-2020, apoiando-me nos três pilares estratégicos Desenvolvimento Setorial, Representatividade Setorial e Regulação Setorial para nos tornarmos cada vez mais fortes. É uma nova fase, mas o jogo continua. E temos os principais jogadores aqui conosco, em todas as estruturas diretivas da APAS – dos Comitês até a Assembleia Geral, que reúne todos os nossos associados – para acumularmos mais e mais conquistas e vitórias, como a APAS tem feito há quase 48 anos.

Vamos em frente!

Ronaldo dos Santos
Presidente da APAS

Webinar Escola APAS já é sucesso entre associados

Em 2018, a Escola APAS trouxe inovação aos associados por meio do Webinar, proporcionando aos supermercados mais uma opção de interatividade e aprendizado sobre assuntos relevantes e atuais para o setor.

O Webinar é uma transmissão ao vivo pela internet na qual especialistas de mercado, técnicos de supermercados e consultores da APAS conduzem um tema e os associados interagem via chat (bate-papo), com questionamentos sobre o assunto em discussão, que são respondidos em tempo real. A ideia é conectar todos esses elos para compartilhar informações.

Maria Helena Gimenis Marcondes, analista de treinamento e desenvolvimento dos Supermercados Avenida, relata que o Webinar possibilita que o processo de ensino e aprendizagem não fique limitado apenas à sala de aula no contexto da relação tradicional entre aluno e professor, uma vez que ultrapassa essas fronteiras físicas dando oportu-

nidade a todos de construir o conhecimento no próprio ambiente de trabalho. “Além de propiciar praticidade, o Webinar atinge um maior número de participantes, diminuindo consideravelmente custos com locomoção, segurança, entre outros”, destaca.

Para Sérgio Ricardo da Silva Rocha, contador e responsável fiscal do Supermercado Castanha, participar do Webinar é uma excelente experiência de interação e enriquecimento. “Todos os temas foram muito importantes e esclarecedores, mas a palestra sobre *e-Social: prazo de implantação é esse mês, está tudo certo para entregar?*, foi a mais relevante em meu ponto de vista, pois tratou de um assunto presente que há alguns anos tirava o sono de muitos empresários, por ser projeto nacional bastante complexo, que envolvia muitas pessoas dentro da empresa. Com o treinamento, conseguimos sanar muitas dúvidas e direcionar melhor nossos esforços para que pudéssemos concluir a entrega”, explica Rocha.



PALESTRANTES DO ÚLTIMO WEBINAR DE 2018: COMO SE PREPARAR PARA RECEBER A FISCALIZAÇÃO NA LOJA NO FINAL DO ANO

O **WEBINAR** É UMA TRANSMISSÃO AO VIVO PELA INTERNET NA QUAL ESPECIALISTAS DE MERCADO, TÉCNICOS DE SUPERMERCADOS E CONSULTORES DA APAS CONDUZEM UM TEMA E OS ASSOCIADOS INTERAGEM VIA CHAT (BATE-PAPO), COM QUESTIONAMENTOS SOBRE O ASSUNTO EM DISCUSSÃO, QUE SÃO RESPONDIDOS EM TEMPO REAL.



ISTOCK

O Webinar acontece uma vez por mês, sempre às terças-feiras, das 9 às 12 horas.

Para participar, é necessário apenas um smartphone, um tablet ou um computador com acesso à internet, e fazer a inscrição junto à sua Regional / Distrital, que disponibilizará um link de acesso para a aula.

As transmissões tiveram início em abril, com o tema *Principais questões da Reforma Trabalhista*, e aconteceram até dezembro, quando a última falou sobre como se preparar para receber a fiscalização na loja durante as festas de final de ano. Em 2018 foram dez edições, que totalizaram 2095 participantes.

Para o conselheiro e diretor da Escola APAS, Antonio Monte, o Webinar é uma ferramenta que funciona muito bem para a escola e os associados. “Para a escola é possível atingir um número maior de participantes. Acredito, porém, que o maior beneficiado é o nosso associado, que pode reunir seus colaboradores no próprio supermercado, de maneira que absorvam o conteúdo sem impactar tanto a operação”, avalia Monte.

Em 2019 o Webinar vem com uma nova grade mensal de cursos e palestras. Em janeiro o tema abordado foi *Tendências que impactarão os supermercados em 2019* e, em fevereiro, será realizado um Seminário sobre os *Meios de Pagamento no Brasil*. Acompanhe os canais de comunicação da APAS para conhecer os próximos temas.



FOTO ACIMA: REUNIÃO DE PLANEJAMENTO DA ESCOLA APAS PARA 2019
SEGUNDA FOTO: TRANSMISSÃO DO WEBINAR



ASSOCIADOS EM TREINAMENTO POR MEIO DO WEBINAR ESCOLA APAS

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Relembre os temas de 2018 e o total de lojas participantes

REALIZAÇÃO	TEMA ABORDADO	TOTAL DE CNPJ'S PARTICIPANTES
Abril	Webinar – <i>Principais questões da Reforma Trabalhista</i>	43
Mai	Webinar – <i>Meios de Pagamento</i>	181
Junho	Webinar – <i>Segurança alimentar</i>	179
Julho	Webinar – <i>Gestão de risco em abordagens e ocorrências em supermercado</i>	276
Agosto	Webinar – <i>E-Social: prazo de implantação é esse mês. Está tudo certo para entregar?</i>	365
Setembro	Webinar – <i>Liderança em tempos de mudança</i>	260
Outubro	Webinar – <i>Sustentabilidade</i>	149
Outubro	Webinar – <i>Negociações coletivas</i>	167
Novembro	Webinar – <i>Saiba como prevenir multas e autuações no e-social sobre segurança do trabalho</i>	285
Dezembro	Webinar – <i>Prepare-se para receber a fiscalização na loja no final do ano</i>	190
		2095

APAS discute o papel do Brasil no cenário mundial de alimentos

Em evento do LIDE, presidente da APAS debate a posição do Brasil no setor mundial de alimentos

Em novembro, o presidente da APAS, Ronaldo Santos, e o diretor-geral do Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL), Luis Madi, participaram do almoço-debate que teve como tema *O Brasil no cenário global da cadeia da alimentação*. Promovido pelo LIDE – Grupo de Líderes Empresariais, o encontro contou com 311 CEOs, presidentes e demais lideranças corporativas na cidade de São Paulo. O secretário estadual de Agricultura e Abastecimento, Francisco Jardim, foi o convidado especial do debate.

Durante o evento, comandado pelo chairman do LIDE, Luiz Fernando Furlan, o secretário Francisco Jardim destacou a importância do uso da tecnologia para avançar no setor de produção de alimentos. “O momento é de discutir o que queremos para o futuro, com inovação, tecnologia, agricultura 4.0 e conectividade. Mas também é preciso pensar nas políticas públicas para conseguir alcançar bons resultados em 2050”, afirma.

Estimativas da Organização das Nações Unidas (ONU) apontam que, em 2050, a população mundial atingirá os 9,8 bilhões de pessoas. Ronaldo dos Santos vê o futuro como oportu-

nidade: “Para atender a essa demanda, a produção de alimentos terá que aumentar 70%. E há a expectativa de que o Brasil seja responsável por até 40% dessa produção”, destaca.

Segundo o presidente, para atingir essa meta, é importante que o estado brasileiro assuma a responsabilidade de investir no setor em conjunto com os players do ramo de alimentos. “A APAS pode auxiliar a cadeia de abastecimento por meio de seu relacionamento com os consumidores, que, cada vez mais, desejam produtos saudáveis, de qualidade, mas carecem de informação”, explica. O presidente da APAS ainda apresentou a APAS Show, a maior feira e congresso de supermercados do mundo, como plataforma propulsora e fator fundamental do protagonismo do Brasil nesse sentido.

Luis Madi, do ITAL, evidenciou a importância do investimento no setor. “O Brasil é tido como o celeiro do mundo, mas nós queremos que ele se torne o supermercado. E só daremos um salto se investirmos em pesquisa, desenvolvimento e inovação, em benefício do consumidor e da sociedade”, explica.

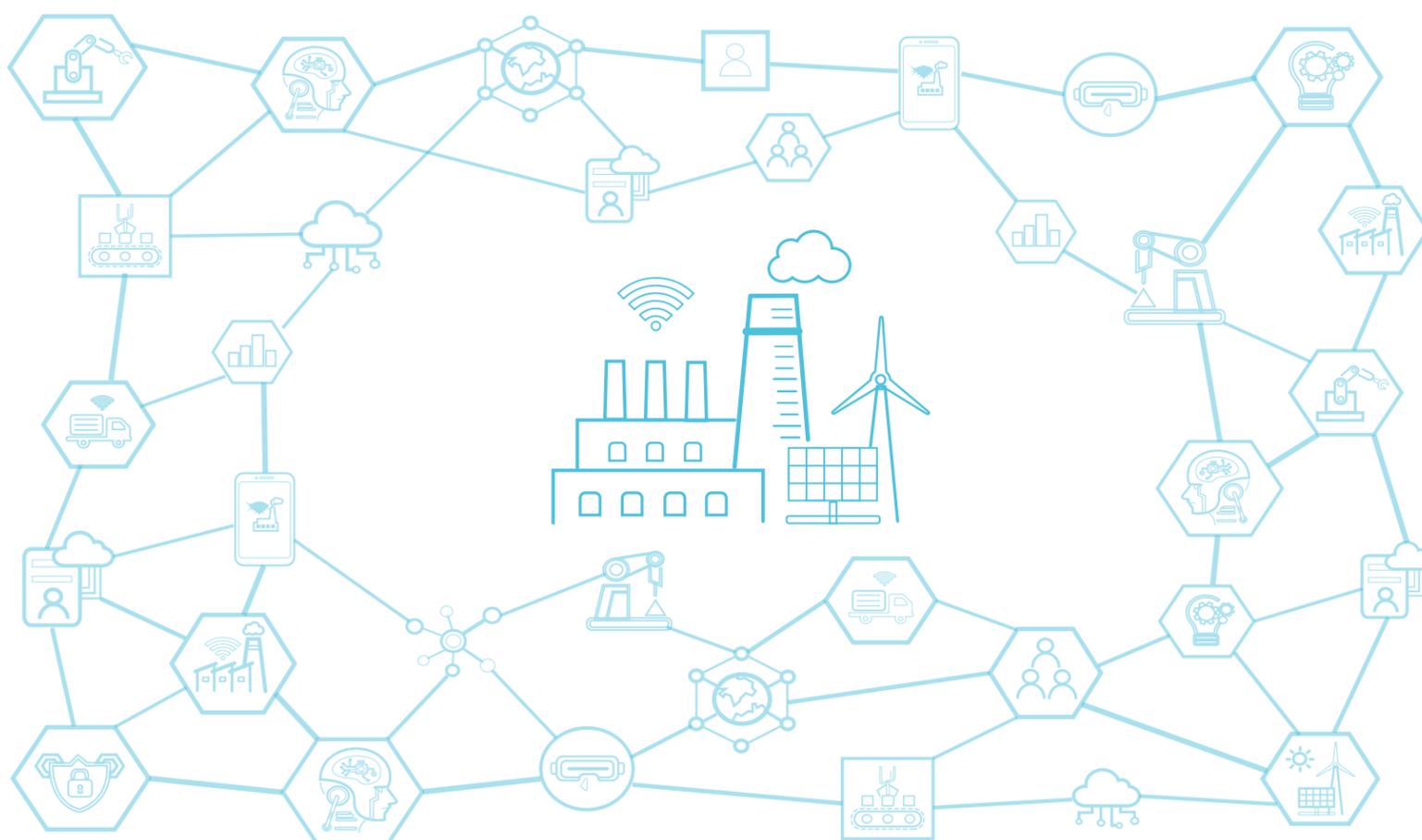
O especialista acredita no potencial de crescimento do mercado brasileiro.



FOTOS: DIVULGAÇÃO

NA PRIMEIRA FOTO, RONALDO DOS SANTOS, PRESIDENTE DA APAS. ACIMA, LUIS MADI DISCURSA EM EVENTO

“Nós queremos dar competitividade à indústria brasileira. E para isso, assim como Canadá, Chile, Austrália, e Estados Unidos, que tinham perdido espaço para nós no mercado mundial e estão se recuperando, precisamos desenvolver um plano nacional, estratégico, para o setor alimentar, com pesquisa, desenvolvimento e inovação, em benefício do consumidor e da sociedade”, finaliza.



ISTOCK

APAS participa de audiência pública do Cade para discutir impactos da verticalização do setor financeiro

Em novembro, o Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) realizou, em Brasília, audiência pública com o tema: *Estrutura do setor financeiro nacional: impacto da verticalização sobre a concorrência*.

A audiência teve como objetivo reunir especialistas, membros do governo, empresas, entidades representativas e sociedade civil para debater a concorrência no sistema financeiro do Brasil. O vice-presidente da APAS, Roberto Longo Pinho Moreno, representou a entidade.

Na abertura, o presidente do Cade, Alexandre Barreto, e o diretor do Banco Central do Brasil (Bacen), Reinaldo Le Grazie, relataram os avanços ocorridos no Sistema Financeiro Nacional desde que as duas entidades começaram a caminhar juntas, em 2010, com a extinção das exclusividades das Bandeiras Visa, com Visanet e Mastercad. Em 2013, a Lei 12.865 estabeleceu o marco regulatório para arranjos de pagamentos. Em 2015, dando continuidade às ações, foi publicada a Circular 3765, que regula a liquidação centralizada (adquirência plena).

Em 2018, o Bacen baixou a Circular 3886, que pauta subcredenciadores, e a Circular 3887, que estabelece a taxa de intercâmbio para cartão de débito.

Barreto destacou ainda que a verticalização do sistema financeiro brasileiro pode gerar tanto eficiências econômicas, com benefícios ao mercado e ao consumidor, quanto problemas concorrenciais, se servir como instrumento de restrição de mercado.

Para o vice-presidente da APAS, ficou evidente que os bancos se colocaram a favor da verticalização, “com a justificativa de menor custo de transação, economia de escala e economia de escopo, enquanto os demais apontaram as barreiras de contratos de exclusividade, operações casadas, compressão de margens, taxas predatórias e grandes obstáculos a novos entrantes, que certamente baratearão a operação”, contou Longo.

Na audiência foram apresentados quatro painéis de discussão. O primeiro, mediado pelo economista-chefe



AUDIÊNCIA PÚBLICA, EM BRASÍLIA

DIVULGAÇÃO

do Departamento de Estudos Econômicos do Cade, Guilherme Resende, abordou possíveis eficiências e potenciais riscos ao ambiente concorrencial decorrentes da verticalização do setor financeiro. O segundo tratou dos efeitos da integração vertical sobre a indústria de pagamentos eletrônicos. O painel seguinte discutiu juros e *spread* bancário e o impacto da verticalização sobre a competitividade.

O último painel debateu as *fintechs*. Os participantes trataram da oferta de serviços pelas novas empresas de tecnologia financeira e a concorrência exercida por elas no setor financeiro tradicional.

Por norma da audiência pública, nem o Cade nem o Bacen se manifestaram ou responderam a quaisquer dos questionamentos. “Mas ficaram indicativos de que a verticalização no formato atual pode ser proibida e deve haver uma normatização”, avalia Longo.

A APAS tem discutido sobre os impactos das taxas para pagamentos eletrônicos e entende que existe a necessidade de os órgãos reguladores analisarem ações para aumentar a competitividade nesse mercado e, consequentemente, reduzir o custo das operações. Afinal, na audiência, ficou confirmado a divergência entre a opinião dos bancos e demais empresas representadas sobre os efeitos da verticalização nas taxas atualmente aplicadas.

Spread refere-se à diferença entre o preço de compra e venda de uma ação, título ou transação monetária. Analogamente, quando o banco empresta dinheiro a alguém, cobra uma taxa pelo empréstimo – uma taxa que será certamente superior à taxa de captação. A diferença entre as duas taxas é o chamado *spread* bancário.

Fintech é um termo que surgiu da união das palavras *financial* e *technology*. *Fintech* são maioritariamente *Startups* que trabalham para inovar e otimizar serviços do Sistema financeiro. Essas empresas possuem custos operacionais muito menores comparadas às instituições tradicionais do setor.



ISTOCK

As principais reivindicações do setor supermercadista nacional

Em dezembro, a ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados) coordenou em Brasília um almoço-reunião entre o ministro da Casa Civil, Onyx Lorenzoni, e representantes das entidades estaduais do setor supermercadista. O presidente da APAS, Ronaldo dos Santos, esteve presente.

Como principal objetivo do encontro, o presidente da ABRAS, João Sanzovo Neto, apresentou as principais pautas do setor e a proposta da criação de um eixo estratégico de articulação entre o governo e o setor supermercadista.

A seguir, as principais reivindicações.

- 1** Modernização e adaptação das regras de infraestrutura e logística que afetam o setor.
- 2** Desoneração e modernização dos meios de pagamento para redução das taxas cobradas no recebimento das vendas feitas por meios eletrônicos e vale-alimentação, onerado inclusive pela verticalização bancária (banco atuando como emissor, bandeira e adquirência).
- 3** Ajustes regulatórios para permitir a adequação dos supermercados às inúmeras exigências dos reguladores de produtos e serviços comercializados no espaço supermercadista.
- 4** Definição de parâmetros de fiscalização e penalidades dos órgãos de controle da atividade do setor supermercadista.



ALMOÇO-REUNIÃO COM O MINISTRO DA CASA CIVIL, ONYX LORENZONI, O PRESIDENTE DA ABRAS, JOÃO SANZOVO NETO E REPRESENTANTES DAS ENTIDADES ESTADUAIS DO SETOR SUPERMERCADISTA.

5 Autorização para os supermercados e estabelecimentos similares comercializarem medicamentos isentos de prescrição (MIPs).

6 Abertura de mercado com mais equilíbrio fiscal e tributário, e revisão da regulação do comércio *cross border*, sobretudo porque os produtos entram com isenção de impostos e não há controle quanto à originalidade, qualidade e segurança para o consumidor.

7 Consolidação das novas regras das relações de trabalho.

8 Simplificação e ajustes em regras tributárias e previdenciárias.

9 Aprimoramento e desburocratização para obtenção de financiamento e fomento ao crédito, a fim de alavancar o crescimento do setor.

10 Logística reversa, bem-estar dos animais de produção, interesse econômico e rastreabilidade dos itens de FLV estão entre os exemplos de



À ESQUERDA, O PRESIDENTE DA APAS, RONALDO DOS SANTOS, AO CENTRO, PRESIDENTE DA ABRAS, JOÃO SANZOVO NETO, E À DIREITA, O MINISTRO DA DA CASA CIVIL, ONYX LORENZONI

transferência do dever de fiscalização para o setor supermercadista: papel do varejo na preservação do meio ambiente.

Essas demandas foram apresentadas pela ABRAS ao governo federal. A APAS estará junto à ABRAS colaborando no que for necessário para a evolução do trabalho. O presidente da APAS, Ronaldo dos Santos, ressalta que a entidade é apartidária, mas defende princípios e propostas de governo que estejam em consonância com o crescimento do setor supermercadista. “A ABRAS pode contar com o apoio da APAS, principalmente no convencimento das autoridades paulistas sobre essas propostas”, reforça Ronaldo.



Pleitos da APAS ao governo estadual: Projeto APAS Cidadã

Há 48 anos a APAS vem trabalhando para desenvolver no Estado este que é um dos setores mais importantes para a economia brasileira e elo fundamental na cadeia do abastecimento, além de influenciar questões importantes, tais como redução da carga tributária, melhoria no ambiente de negócios, prevenção e orientação junto aos órgãos públicos, projetos socioambientais, desburocratização de processos, entre outros.

Assim como na esfera nacional, a APAS, em conjunto com associados, estabeleceu pleitos que resumem como o Governo do Estado de São Paulo pode atuar para contribuir com o crescimento do setor supermercadista nos âmbitos federal, estadual e municipal.

A seguir, os pleitos apresentados ao governo em 2018.

1 Melhoria no ambiente de negócios



O governo tem papel extremamente importante na melhoria do ambiente de negócios. Para a economia voltar a crescer, é necessário diminuir o chamado “Custo Brasil” e investir em quem gera emprego e renda no estado. Desburocratizar a máquina pública, ter eficiência na gestão e investir em infraestrutura são algumas das medidas que consideramos essenciais.

2 Simplificação tributária



Temos uma das maiores e mais complexas cargas tributárias do mundo. As empresas, além de pagarem altos impostos, precisam manter estruturas com custo elevado para cumprir suas obrigações tributárias. A substituição tributária é um instrumento de grande importância para a simplificação e o combate à sonegação, e pleiteamos que deve ser defendida e ampliada.

3 Prevenção e orientação



O governo precisa ser parceiro da sociedade. Quando falamos em órgãos de proteção de direitos, como PROCON, IPEM e Vigilância Sanitária, confiamos no seu principal papel, que é garantir a qualidade dos produtos. Para isso é necessário investir também no caráter de prevenção e orientação. Acreditamos que esses órgãos devem ter dotações orçamentárias específicas, com percentual definido e claro. A arrecadação proveniente de multas não pode e não deve ser usada como parâmetro para definir os orçamentos. Acreditamos na construção de câmaras técnicas entre órgãos de defesa de direitos e o setor supermercadista, como forma de garantir a qualidade do serviço e dos produtos oferecidos à população.

4 Diálogo



O setor supermercadista, por sua relevância e representatividade, deve participar da discussão e elaboração de projetos que tratem do desenvolvimento do estado, além de outros diretamente ligados ao próprio setor. Com essa visão, pleiteamos interlocução direta com o governador, por meio da designação de interlocutor do governo com o setor e a criação de frente parlamentar em defesa do setor supermercadista na Assembleia Legislativa.

5 Cidadania



Como entidade do Terceiro Setor, a APAS compreende seu papel em projetos de responsabilidade socioambiental e em ações de cidadania. Já fazemos isso como projetos de iniciativa privada, mas acreditamos que a parceria público-privada seria de grande valia para a sociedade.

A área de Assuntos Regulatórios da APAS tem trabalhado junto aos órgãos públicos, na interlocução com diversas autoridades, tais como governador, prefeitos, deputados e vereadores, além dos órgãos fiscalizadores do setor, a fim de influenciar nas questões relevantes para a área. “A APAS está à disposição do governo para prestar todos os esclarecimentos e fazer contribuições, para avançar com essas propostas, que trarão diversos benefícios para a economia paulista”, afirma Carlos Ely.



Nova fase na gestão da APAS

POSSE DA GESTÃO APAS BIÊNIO 2018-2020 E O APERFEIÇOAMENTO DO MODELO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA COLOCAM A ENTIDADE EM NOVO PATAMAR DE EVOLUÇÃO

Desenvolvimento Setorial, Representação Setorial e Regulação Setorial. É com base nesses três pilares que as decisões da associação que reúne os supermercados do maior estado do país serão tomadas nos próximos anos, de maneira que o setor supermercadista tenha ainda mais crescimento, protagonismo e influência na economia.

A combinação de dois fatores principais faz com que o olhar para a área tenha como focos a posse da nova gestão da diretoria para o Biênio 2018-2020 e a revisão do modelo de governança corporativa da entidade. O primeiro fator está relacionado à alternância de poder, já bem estabelecida na APAS, em que cada gestão, escolhida via assembleia geral, de que todos os associados podem participar e na qual todos podem votar, mantém as conquistas anteriores, mas implementa novos avanços. Já o segundo fator, a revisão do modelo de governança, fez parte do planejamento estratégico da entidade na gestão anterior, conduzida pelo ex-presidente Pedro Celso Gonçalves, além de ser a melhor prática de mercado e trazer resultados efetivos de agilidade e produtividade.

“Tenho o privilégio de começar a minha gestão como presidente da APAS ao mesmo tempo em que a entidade concluiu um projeto de aperfeiçoamento desse modelo de gestão. Ter como norte uma estratégia baseada em três pilares principais e contar com a felicidade de uma equipe de diretoria, conselhos e comitês com papéis e responsabilidades bem definidos tem tudo para pôr a entidade e, conseqüentemente, o setor em mais uma excelente fase de desenvolvimento”, disse o presidente da APAS, Ronaldo dos Santos.

Uma nova equipe toma posse

A Gestão Biênio 2018-2020 tomou posse oficialmente no final de agosto, em um evento no Palácio dos Bandeirantes, sede do Governo do Estado de São Paulo. Foram empossados o novo presidente

da entidade, Ronaldo dos Santos, os novos integrantes dos conselhos Administrativo e Fiscal, além de terem sido indicados os sete novos diretores regionais e distritais para o biênio.

Em seu discurso, para mais de 400 convidados, Santos salientou que manterá o excelente trabalho realizado nas gestões anteriores e focará os três pilares no trabalho à frente da presidência da APAS. “Nosso novo modelo de gestão corporativa alinha ainda mais a APAS com as melhores práticas corporativas do mundo e amplia nossa capacidade de atingir excelência diante de padrões internacionais. Teremos um processo de tomada de decisão mais ágil, com ganhos de produtividade e de eficiência”, afirmou.

O presidente ainda deu exemplos de como a associação vai atuar de acordo com cada pilar estratégico: “Para o Desenvolvimento Setorial, a principal ferramenta será trabalhar com afinco os projetos dentro de nossos comitês, estrutura nova em nossa governança corporativa. Além disso, vamos expandir nossa atuação no varejo digital. Para nossa Representatividade, manteremos o constante aperfeiçoamento dos produtos, serviços e infraestrutura da APAS. Na Regulação, pretendemos ampliar nossa participação nas políticas públicas e econômicas”, finalizou.

Governança corporativa: mais eficiência e assertividade na tomada de decisões

O modelo de gestão para as tomadas de decisão pode ser diferente em cada esfera. Em uma empresa pode ser formado por proprietários, dirigentes, acionistas, ou um combinado dessas partes, tendo cada integrante um papel no processo. Todas as formas de





Mini-CV

Ronaldo dos Santos é também o atual presidente do Conselho Administrativo da Rede de Supermercados Covabra, de sua família. Estudou Economia e Administração na Universidade Metodista de Piracicaba, cursou MBA pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e atuou ao longo de toda a sua trajetória profissional no segmento de varejo alimentar. Tem 54 anos, é casado com Isabel dos Santos e tem um filho, João Vitor, de 22 anos.

um processo decisório são corretas, desde que os envolvidos estejam de acordo com o modelo. Rever esse método pode auxiliar na tomada de decisões cada vez mais assertivas, além de tornar a instituição, empresa ou órgão público, mais eficiente, contribuindo com o atingimento de metas.

Nessa linha, e seguindo o seu Planejamento Estratégico, a APAS concluiu em 2018 o Projeto de Aperfeiçoamento do Modelo de Governança Corporativa, cujo objetivo é reestruturar os órgãos diretivos, executivos e operacionais da entidade de acordo com os padrões ideais de governança corporativa.

“Além de terem objetivos estratégicos, iniciativas como esta observam ganhos que passam pelas esferas tática e operacional, como definição e esclarecimento de papéis e responsabilidades, aperfeiçoamento do estatuto social e estabelecimento de alçadas de tomadas de decisão, sempre considerando a diretoria”, explicou o presidente, Ronaldo dos Santos.

Os trabalhos foram realizados em parceria com a consultoria especializada Cirrus Management Consulting, e contaram com a participação de toda a

diretoria da APAS, que se dedicou a essa iniciativa. Os associados foram envolvidos no projeto por meio de questionários, entrevistas e comunicados.

Como resultado, foi atualizado o Estatuto Social da entidade, e a estrutura diretiva da alta gestão da APAS foi redesenhada, em termos de alçadas, papéis e responsabilidades.

Nessa estrutura, o presidente está à frente do Conselho de Administração e da diretoria executiva. Conselheiros e diretores, além de terem papel fundamental em suas estruturas, poderão liderar Comitês que vão tratar das demandas do setor. Por fim, associados em geral podem participar da tomada de decisões ao fazerem parte dos comitês técnicos.

Modelo de Governança

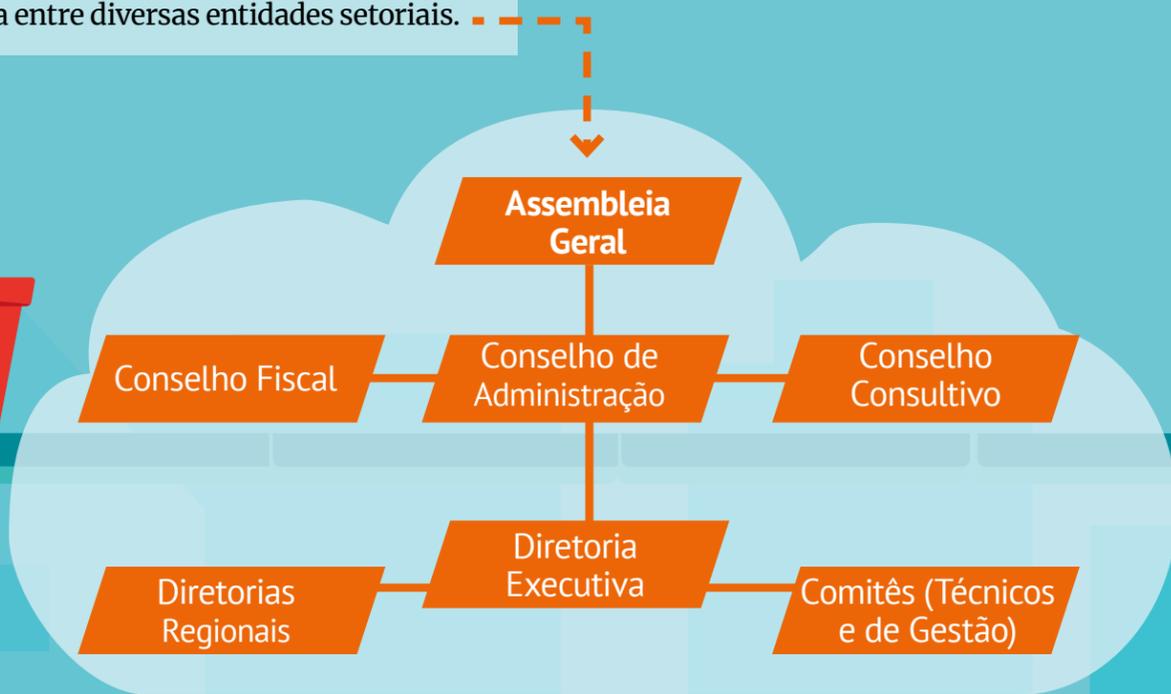
Veja a seguir a estrutura diretiva da APAS e conheça um pouco mais sobre os comitês, prática de mercado consolidada entre diversas entidades setoriais.

Comitês

Os comitês da APAS são, via de regra, órgãos auxiliares da diretoria executiva, submetidos ao Estatuto Social e ao Código de Conduta da entidade. Os 21 comitês projetados terão seu funcionamento padronizado por um manual que estabelece procedimentos, e podem ser classificados como Comitê Técnico ou Comitê de Gestão.

Serão utilizados sistemas e tecnologia específicos para tratar das demandas setoriais e, quando aplicável, as decisões serão levadas aos demais órgãos diretivos da APAS para deliberação.

Como responsabilidades, os comitês deverão realizar estudos, análises e propostas de soluções de desafios setoriais; sugerir ideias, estudos, projetos, planos e ações preventivas que objetivem o interesse geral do setor; manter intercâmbio de informações sobre assuntos de interesse coletivo no âmbito





À ESQ., GESTÃO BIÊNIO 2018-2020 EMPOSSADA ABAIXO., RONALDO DOS SANTOS E PEDRO CELSO GONÇALVES: ALTERNÂNCIA DE PODER JÁ É BEM ESTABELECIDA NA APAS



de suas especializações; atrair o interesse dos dirigentes e colaboradores das empresas associadas em participar; e promover tratamento das demandas setoriais e elaboração de soluções colaborativas e participativas.

Comitê Técnico: de acordo com as boas práticas de mercado, deve seguir regras de formatação e constituição de seus componentes, além de estabelecer e gerir as demandas do seu escopo técnico e temático. São comitês técnicos: Comitê de Centrais e Relação de Mercado; Comitê de Relações Tributárias; Comitê de Segurança dos Alimentos; Comitê de Recursos Humanos; Comitê de Assuntos Regulatórios; Comitê de Convênios; Comitê de TI; Comitê de Relacionamento com Associados e Expansão Associativista; Comitê de Relações Sindicais; Comitê de Perdas e Operação de Loja; Comitê de Sustentabilidade; Comitê Jurídico e de Meio de Pagamento; Comitê Tributário; Comitê de Logística e Distribuição; e Comitê de Economia.

Comitê de Gestão: por ter caráter deliberativo e seguir demandas da diretoria, sua estruturação não necessita das

mesmas características de composição, funcionamento e deliberação dos comitês técnicos. São comitês de gestão: Comitê de Administração e Gestão; Comitê de Governança Corporativa; Comitê de Compliance; Comitê APAS Show; Comitê de Responsabilidade Social; Comitê de Comunicação; e Comitê Regional.



Mais informações na palma da mão

No site da APAS (www.portalapas.com.br) você pode conferir os objetivos e os integrantes de cada estrutura diretiva da entidade, como conselhos Administrativo, Fiscal e Consultivo; diretoria executiva; diretoria regional e comitês.



DIRETORIA APAS PARTICIPOU DE WORKSHOPS PARA CONTRIBUIR COM O APERFEIÇOAMENTO DA GESTÃO CORPORATIVA





RECEPÇÃO DO PRÊMIO APAS ACONTECE

Uma noite para ficar na memória da indústria

EM OUTUBRO, A APAS REALIZOU A 22ª EDIÇÃO DO PRÊMIO APAS ACONTECE, QUE RECONHECEU OS MELHORES FORNECEDORES DO SETOR, COM BASE EM QUESITOS COMO PARCERIA, RELACIONAMENTO, ATENDIMENTO, PRODUTO, ENTREGA E NEGOCIAÇÕES.

O evento aconteceu no Memorial da América Latina, em São Paulo, com os jornalistas Tiago Scheuer e Sabina Simonato, ambos da TV Globo, como mestres de cerimônia. A noite começou com uma apresentação do ator Marcelo Médici, contando a história fictícia e ilustrada de um supermercadista que começou seus negócios com uma pequena venda familiar, e que cresceu em conjunto com seus fornecedores, com as parcerias construídas ao longo dos anos. A história retratava a vida real da maioria dos supermercadistas presentes no evento.

Ronaldo dos Santos, presidente da APAS, subiu ao palco para a abertura da cerimônia, e destacou a importância da união entre supermercadistas e fornecedores. “Hoje, nosso reconhecimento vai para as indústrias que, de acordo com os associados da APAS, foram mais parceiras e eficientes neste ano”, afirmou Ronaldo.

Nesta edição do Prêmio também houve homenagens. Foram condecorados o se-

cretário de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, Francisco Sérgio Ferreira Jardim, o capitão da Polícia Militar Elço de Moreira da Silva Júnior e o major Roberto Cavalcanti, pela atuação fundamental durante a greve dos caminhoneiros. O trabalho conjunto contribuiu para que cargas de alimentos perecíveis fossem liberadas nas estradas e pudessem chegar aos supermercados para o abastecimento das famílias. A premiação também fez uma homenagem especial ao supermercadista Orides Russi, pela sua contribuição com o setor supermercadista, ao longo dos 47 anos em que esteve na APAS.

Depois das homenagens, os mestres de cerimônia iniciaram as premiações. Os vencedores da noite receberam um troféu criado pelo artista plástico Fred Gelli, o mesmo que criou o logo dos Jogos Olímpicos realizados no Brasil em 2016. Para o Prêmio APAS Acontece ele se inspirou no movimento sempre vivo do fogo e criou um artefato orgânico e com movimento, em que cada peça é



móvel, e com as cores da chama do fogo aplicadas sobre acrílico.

Os troféus foram entregues aos vencedores pelos diretores da APAS, começando pela categoria “Bebida Não Alcoólica” e finalizando pela categoria mais aguardada da noite, “Melhor Empresa do Ano”. O prêmio mais esperado foi para a BRF.

Os vencedores do prêmio são eleitos após votação dos supermercados associados da entidade, de todos os portes e tamanhos, considerando as empresas fornecedoras mais parceiras e eficientes para a operação das lojas, em 21 categorias. A votação é conduzida pela APAS, numa ação conjunta com a GfK, e todo o processo é auditado pela BDO.

i Para conferir as fotos do Prêmio APAS Acontece, acesse a galeria de fotos da APAS pelo endereço: encurtador.com.br/cehuG

CONHEÇA TODOS OS VENCEDORES
E OS TOP 5 DE TODAS AS CATEGORIAS

BEBIDA NÃO ALCOÓLICA

COCA-COLA FEMSA



Adalberto Fofan, diretor comercial

Este prêmio é muito importante. É como se fosse uma energia extra, recarregamos as energias para continuar com o nosso propósito: atender muito bem o nosso varejo, para chegar ainda melhor ao consumidor final.



BEBIDAS ALCOÓLICAS
(exceto cervejas)

COMPANHIA MÜLLER DE BEBIDAS



José Aidar Neto, superintendente

Receber o prêmio é o reconhecimento da parceria, do esforço, do foco e de um trabalho que nós realmente nos preocupamos em fazer. Foi uma meta que nós nos propusemos a cumprir. A premiação vem coroar o trabalho que estamos fazendo, veio para mostrar que estamos na direção correta.



CERVEJA

AMBEV



Oscar Sala, então diretor de trade marketing

O prêmio é o fruto de um trabalho que temos feito nos últimos três anos, em que abrimos as portas da Ambev para ouvir o varejo e, conseqüentemente, tentar elevar o nosso nível de serviço. Investimos em uma comunicação transparente e clara para melhorar nossa relação com os varejistas. O prêmio mostra que estamos no caminho certo e que, se as coisas não estão perfeitas, buscamos melhorar a cada dia.



CARNES

JBS



Ailton Firmino da Silva, diretor executivo comercial

É um reconhecimento extremamente relevante. É gratificante ser reconhecido pelos supermercadistas. Sabemos que há uma disputa considerável nesse setor de carne bovina, é uma área importantíssima para o empresário. Estamos superfelizes de participar do evento e de receber este prêmio em nome da empresa.



BRF



AURORA
FRIGORÍFICO
MINERVA



FRIGOESTRELA S/A #
FRIGOESTRELA
FRIGORÍFICO FRIGOL



MARFRIG

EQUIPAMENTOS LEVES E PESADOS

TOLEDO



Mário Francisco Pandolfo, diretor comercial

Nosso grande diferencial, para sermos reconhecidos pelos supermercadistas, é a tecnologia e todo o trabalho que fazemos para encantar os clientes, sempre com soluções que agregam valor ao negócio deles. Nossa busca incessante é pelos melhores produtos, as melhores soluções, atendendo a todas as legislações possíveis. Sempre acompanhamos tudo isso para satisfazermos o mercado de forma plena.



NSF
EQUIPAMENTOS
COMERCIAIS



ELETROFRIO
REFRIGERAÇÃO
LTDA.



IMF INDÚSTRIA
METALÚRGICA
FABRÃO LTDA # IMF



MSS MÁQUINAS E
EQUIPAMENTOS

HORTIFRÚTI

BENASSI



Bruno Benassi, diretor comercial

A Benassi fica muito agradecida pelo reconhecimento da APAS. O prêmio APAS Acontece é fruto do trabalho de uma equipe muito grande e muito dedicada. A Benassi é uma empresa de 65 anos, e vem buscando se consolidar nesse setor há muitos anos. Esse reconhecimento vindo de uma entidade tão importante, de tanta relevância e credibilidade como a APAS, realmente nos deixa muito satisfeitos.



DEPÓSITO ITO
COM. DE
FRUTAS E
LEGUMES



MANTIQUEIRA



CEREALISTA
ORLANDO
ARANDA LTDA.



CASA DA UVA
COM. DE
FRUTAS LTDA.
GRANJA PAVÃO

LIMPEZA

YPÊ (QUÍMICA AMPARO)



Waldir Beira Júnior, presidente

É sempre uma satisfação ser reconhecido pelo trabalho desenvolvido, especialmente no caso da APAS, que é um desses nossos parceiros de longa data que nos dão um retorno sobre aquilo que temos oferecido aos seus associados. Em nome dos nossos 5 mil colaboradores, nós agradecemos por essa confiança, por essa oportunidade de poder servir a esse setor. O principal ponto que nos toca é o aumento da responsabilidade, porque, cada vez que recebemos um reconhecimento, sabemos também que aumenta a expectativa dos nossos clientes em relação aos



serviços que prestamos. Estamos cientes de que a responsabilidade, a partir de agora, fica ainda maior e vamos nos preparar para continuar merecendo essa confiança.



UNILEVER



BOMBRIL



KIMBERLY-CLARK



CANDURA

HIGIENE E BELEZA

UNILEVER



Marcelo Gonçalves, diretor de trade marketing

A Unilever é uma empresa parceira do varejo. A marca que deixamos é a colaboração, o trabalho em conjunto, foco nos resultados e uma parceria que vem de longa data. Nessa premiação estamos colhendo os frutos junto aos nossos melhores clientes de um trabalho de longo prazo, que é de construção e desenvolvimento dos negócios. É muito gratificante estar entre os melhores parceiros, fornecedores, junto com o varejo paulista.



P&G PROCTER & GAMBLE



COLGATE



MILI S/A



KIMBERLY-CLARK

LÁCTEOS

NESTLÉ



Fabio Spinelli, CEO da DPA – Nestlé

Este prêmio é muito importante para nós, vem reconhecer essa parceria que temos ao longo dos anos e que reforçamos cada vez mais, porque o nosso sucesso depende do sucesso dos supermercadistas. No final temos um objetivo em comum, que é atender bem o nosso consumidor, aquela dona de casa, aquele pai de família, que vai ao supermercado buscar um produto de qualidade e que, quando ele olha a marca Nestlé, vê esse produto, bem exposto, no preço certo, na promoção certa, na execução correta. Isso leva o consumidor a pegar o nosso produto, a consumir, a voltar ao mercado e comprar novamente. Estamos muito



contentes e esperamos que esse prêmio se repita por muitos e muitos anos, fruto dessa parceria com essa rede maravilhosa de supermercadistas de São Paulo.



Claudio Acioli, gerente de venda da Froneri-Nestlé

Este prêmio é um importante reconhecimento, porque o nosso objetivo realmente é atender o consumidor e prestar um serviço de qualidade ao supermercadista. Essa conquista é parte do nosso objetivo.



VIGOR



DANONE



LACTALIS



LATICÍNIOS HÉRCULES

MERCEARIA COMMODITIES

CAMIL



Max Sommerhauzer da Silva, comercial

Este prêmio vem reconhecer o trabalho que estamos fazendo, ele nos mostra que estamos no caminho certo. Sem dúvida alguma é um dos prêmios que mais valorizam a nossa marca, e reconhecido em todo o varejo. Nossa marca ganha mais valor ao recebê-lo. É um dos prêmios que mais nos honram receber aqui no Brasil.



MERCEARIA DOCE

NESTLÉ



Rodrigo Serpa de Oliveira, head de trade marketing da Nestlé Brasil

A Nestlé tem mais de 150 anos, quase 100 deles de atuação no Brasil, e investimos continuamente em projetos e processos que visam estimular a inovação dos negócios. Sabemos que manter a proximidade com nossos parceiros de vendas e com os clientes é fundamental para garantir a sustentabilidade do negócio. Por isso, termos sido escolhidos entre os melhores fornecedores é uma conquista muito grande, um reconhecimento que mostra que estamos no caminho certo.



MERCEARIA SALGADA

FUGINI



Eduardo Nogueira dos Santos, gerente regional SP

A Fugini é uma empresa jovem no mercado, mas tem um DNA de inovação muito importante. Nós somos precursores em várias embalagens, modificamos todo o mercado de atomatados e de conservas. Eu costumo dizer que nós proporcionamos a democratização da categoria para os nossos consumidores. Também desenvolvemos uma linha de produtos com a qual o supermercadista consegue ter uma margem de lucro muito interessante. Isso fez com que a companhia crescesse rapidamente no mercado.



BAZAR

TRAMONTINA



André Savi, gerente de vendas

O que leva a Tramontina a ser premiada é o fato de a marca ser sinônimo de categoria, além de a empresa ter estrutura para ampliar o relacionamento com todos os associados da APAS, investindo junto às Marcas Campeãs e a outros produtos que a APAS oferece. O reconhecimento dos associados da APAS comprova a força da nossa marca, muito presente nesse setor. É emocionante representar toda a equipe da Tramontina, toda a estrutura que a empresa possui.



PRODUTOS PET

MARS



Renata Galasso, head key account

O prêmio é a validação de que nossos planos deram certo, indica que a gente atingiu o quadro esperado. Hoje o dia é para comemorar.



ADQUIRÊNCIA

CIELO



Sergio Saraiva, vice-presidente

Para nós, o prêmio é super-relevante, porque a APAS é uma entidade extremamente consolidada, respeitada, e apreciamos muito essa relação. Participamos de todos os prêmios há anos, prezamos pela qualidade desse relacionamento. Esse reconhecimento é um indicativo de que estamos na linha certa, que queremos continuar seguindo pelos próximos anos.



PÃES E PRODUTOS DE CONFEITARIA

PANCO



Akiko Tinen, sócia-diretora

Nosso foco é sempre a qualidade, com produtos fresquinhos e distribuição que atende muito bem os supermercadistas. Damos sequência à cultura de nosso fundador, que respeitava muito os clientes e os visitava pessoalmente. Para nós é muito importante receber este prêmio, porque queremos crescer no mercado, expandir por outros territórios, além das regiões do país em que atuamos hoje.



EMBALAGENS E SUPRIMENTOS

EBEG



Sebastião Eleutério, diretor

Sempre trabalhamos muito sério para atender a nossa clientela. Fazemos questão de que percebam que estamos preocupados em fazer o melhor atendimento. Para nós, este é um prêmio muito importante, inclusive, nós o ganhamos também no ano passado. Esse bicampeonato nos deixa muito felizes. E a felicidade reflete na nossa equipe, que fica com a certeza de que vale a pena trabalhar bem.



TECNOLOGIA E GESTÃO

ARIUS, INTERSOLID, VR SOFTWARE



Valdir Ballet Junior, diretor de tecnologia Arius

O prêmio é o resultado do nosso trabalho, o reconhecimento do nosso cliente, reflete o esforço dos nossos funcionários e da nossa equipe.



Fernando Galvão, diretor comercial Intersolid

Participamos do prêmio há muitos anos e para nós é uma honra ganhar. Estamos há quase 18 anos no mercado e é um orgulho estar aqui. Isso vai fazer com que a gente se dedique ainda mais a atender melhor os nossos clientes.

Renato Domingues Neto, presidente VR Software

É uma alegria imensa para nós estarmos aqui. Não tem como mensurar como estamos nos sentindo em estarmos entre tantas empresas de nome forte no Brasil. Estamos falando do Estado de São Paulo. Hoje ele é visto como uma potência, tanto fora como dentro do país. Para nós, estar no meio dessa potência é algo que jamais imaginávamos.



HIPCOM



EGESTORA



SIFAT
SOLIDUS



DELL INFORMATICA
SAC SISTEMAS
SYSPDV (CASA MAGALHÃES)

PERECÍVEIS CONGELADOS

BRF



JBS



AURORA



FRIMESA



FORNO DE MINAS

PERECÍVEIS RESFRIADOS

BRF



JBS



AURORA



FRIMESA



MARBA

MELHOR EMPRESA DO ANO

BRF



Sidney Manzano, vice-presidente

Ter um prêmio como esse, concedido pela APAS, em primeiro lugar é um reconhecimento ao trabalho feito por aquilo que nós temos desempenhado no segmento. Mas o mais importante é ter a certeza de que estamos no caminho certo, de construção de parcerias sólidas.



Com ainda mais prêmios, APAS lança promoção Marcas Campeãs 2019

TEVE INÍCIO EM 04 DE FEVEREIRO E VAI ATÉ 21 DE ABRIL A PROMOÇÃO QUE VAI DISTRIBUIR 4.350 PRÊMIOS, QUE VÃO DE VALES-COMPRAS ATÉ UMA CASA

Começou a maior promoção realizada por uma associação setorial do Brasil. A Marcas Campeãs, que tem a cada ano apresentado excelentes resultados tanto para as empresas das marcas participantes quanto para os supermercadistas, contribui para turbinar as vendas em uma época geralmente mais desafiadora para o comércio, que corresponde aos primeiros meses do ano.

O conceito e o tema da promoção para 2019 é culinária. Além de refletir os costumes de um povo, a culinária é uma das atividades mais vitais do ser humano e que está presente na rotina de todas as famílias – assim como a ida aos supermercados.

“Desde 2014 este tema tem ganhado ainda mais evidência na mídia devido aos reality shows, sendo uma tendência que o setor supermercadista não pode deixar de seguir, especialmente

devido ao interesse dos consumidores em cozinhar em casa, o que consequentemente aumenta a busca por produtos e as vendas nos supermercados”, comentou Ronaldo dos Santos, presidente da APAS.

A iniciativa gera oportunidades de vendas e colabora para movimentar a economia em tempos de instabilidade econômica, principalmente para o pequeno e médio supermercadista, que não teria condições de arcar com uma promoção deste porte para atrair os clientes.

“Nossa intenção é ajudar o pequeno e médio empresário, a partir da oportunidade de participar de uma promoção que zela pelo relaciona-

mento com os fornecedores da indústria e, claro, com o seu maior patrimônio: os consumidores”, disse Ronaldo dos Santos, presidente da entidade.

A Marcas Campeãs 2019 estará vigente para os consumidores no período de 04 de fevereiro a 21 de abril, totalizando 77 dias de promoção. Serão 4.350 prêmios, entre casa, carros, viagens, vales-compras e facas colecionáveis, além de iniciativas novas valendo premiações, como concurso de fotos criativas com os produtos participantes.

Garoto-propaganda gourmet

Para dar ainda mais força à promoção e em linha com o tema, para esta edição da Marcas Campeãs a APAS escolheu um dos principais Chefs do Brasil, Edu Guedes. Além de Chef, ele também é apresentador de programas de televisão, em que fala desde culinária a comportamento e se tor-

nou uma das maiores referências da sua área.

“A escolha de Edu Guedes como garoto-propaganda da edição 2019 da Marcas Campeãs vai contribuir para atrair ainda mais consumidores para os supermercados, alavancar as vendas e incentivar a distribuição de cupons para concorrer aos prêmios”, finalizou Ronaldo dos Santos.

Edição de 2018

A edição de 2018 da Marcas Campeãs foi realizada em clima de Copa do Mundo. Liderada pelo capitão Cafu como garoto-propaganda, a promoção superou os indicadores das edições anteriores, atingindo os seguintes números:

- ▶ 48 indústrias patrocinadoras
- ▶ 196 redes de supermercados
- ▶ 311 cidades
- ▶ Mais de 13.200 checkouts
- ▶ 1.503 lojas participantes
- ▶ 5.830.204 acessos ao site da promoção na internet
- ▶ 65.217.000 cupons (rasgadinhas) distribuídos: 15,6% superior a 2017
- ▶ 22.761.562 cupons cadastrados no site: 8,7% superior a 2017
- ▶ 1.721.327 consumidores cadastrados: 21,2% superior a 2017
- ▶ 3.019 prêmios, totalizando mais de R\$ 1 milhão: 1 casa*, 2 carros*, 128 cervejeiras*, 128 TVs 50”*, 2.600 camisas da Seleção, 160 vales-compras no valor de R\$400,00.

*em certificados de barra de ouro



Eventos da APAS em 2018 levaram integração e conhecimento aos associados

Evento Família foi sucesso em resort de Mogi das Cruzes

Em outubro, quem participou do Evento Família, no resort Club Med Lake Paradise, em Mogi das Cruzes, teve motivos para comemorar. Além da beleza do local, os mais de 400 presentes puderam rever colegas do setor, participar de competições esportivas e recreativas e ainda curtir um final de semana de tranquilidade e boa gastronomia. Oferecidos no siste-

ma “tudo incluso”, os serviços estavam integralmente à disposição dos associados, como acomodações, esportes, refeições e demais atividades, o que proporcionou mais comodidade e conforto para os presentes.

Além dos jantares, houve duas degustações de vinhos (Wine Experian), em que os presentes puderam provar diferentes safras da bebida e conhecer mais sobre harmonização e processo de fabricação. Uma foi patrocinada pela marca Sabori D'Italia e outra pela Sunstar. Outro destaque do evento foi o tradicional campeonato de futebol APAS Champions League, que, nesta edição, teve a participação especial de jogadores que fizeram história no país, como Ronaldo Giovanelli, Müller, Luizão e



FINAL DO CAMPEONATO APAS CHAMPIOS LEAGUE

Neto. Participaram os times Marquespan, Alelo, Coca-Cola Femsa e Supervarejo, o campeão do torneio. O que também chamou a atenção dos associados foi o estande da Alelo, onde o visitante preparou o próprio suco por meio da energia gerada ao pedalar uma bicicleta.

Renato Gaspar Martins, vice-presidente da APAS, reforça o convite a quem ainda não prestigiou o evento para

que compareça na próxima edição. “É uma oportunidade única de aproveitar o momento de descontração e conhecer supermercadistas de todo o Estado de São Paulo”, recomenda.

i Para conferir as fotos do Evento Família, acesse a galeria de fotos da APAS pelo endereço: encurtador.com.br/cwCL5



ESTANDE DA ALELO

Global Markets APAS reuniu gestores de grandes marcas e representantes da Secretaria Municipal de Saúde de São Paulo e do Ministério da Agricultura



lestras de especialistas de organizações brasileiras e estrangeiras. Além deles, estiveram presentes representantes da Secretaria Municipal de Saúde de São Paulo e do Ministério da Agricultura.

Ronaldo dos Santos, presidente da APAS, destacou na abertura do evento: “neste exato momento, milhares tomam o café da manhã. E nós, supermercados, somos corresponsáveis pelo bem-estar de cada um ao seguirmos normas e controle de todas as etapas da cadeia produtiva do alimento, do campo à mesa do consumidor”.

i Para conferir as fotos do Global Markets, acesse a galeria de fotos da APAS pelo endereço: goo.gl/7iFg2o

A APAS, em parceria com a Food Design, realizou, em novembro, a terceira edição do Evento de Segurança dos Alimentos – Global Markets APAS. O Programa consiste em proporcionar informações sobre a qualificação da cadeia de fornecedores, criando um padrão e um método único para todos, dos grandes players do mercado aos pequenos.

Mais de 300 participantes, entre supermercadistas, indústria e fornecedores do setor, acompanharam oito pa-



RECEPÇÃO DO GLOBAL MARKETS

Orlando, nos Estados Unidos, foi o destino da Viagem Técnica Internacional APAS 2018

Ao longo de sete dias do mês de novembro, diversos supermercadistas puderam conhecer as boas práticas do varejo americano, em especial da cidade de Orlando, na Flórida. Os participantes visitaram a operação dos maiores varejistas do planeta e tiveram também um aprendizado único sobre excelência no atendimento ao cliente com a Disney.

Carlos Correa, superintendente da APAS, elencou como principais ganhos da viagem os diferenciais, as inovações e as tendências do setor – e Orlando ofereceu todos esses atrativos. “As redes de Orlando possuem tecnologia operacional para atender milhares de pessoas com perfis diversos sem que isso impacte no abastecimento. Aprender com essas grandes marcas foi de grande valia para os associados”, acredita Correa.

A programação foi dividida entre conhecer a operação das grandes redes americanas e também o funcionamento do parque da Disney. Renato Gaspar, vice-presidente da APAS, destacou a

aproximação que os lojistas brasileiros tiveram com os americanos. “Foi uma semana de grande aprendizado, em que trouxemos para nossos negócios os insights que tivemos ao conhecer redes como a Whole Foods, a Costco e a Seabra Foods”, revelou.

O grupo da APAS teve a oportunidade de conhecer um pouco dos bastidores da maior empresa de entretenimento do planeta, como o ateliê de fantasias, a enorme lavanderia industrial, e ainda puderam ampliar o networking com funcionários da Disney. Assim como os supermercadistas, o mundo encantado trabalha com carinho para proporcionar ao cliente as melhores experiências.

As associadas Valéria e Ana Tereza, dos Supermercados Louveira, participaram pela primeira vez da Viagem Técnica Internacional da APAS e, para elas, a oportunidade superou as expectativas. “O grande diferencial foi conhecer os bastidores das empresas visitadas, como Disney, Fedex e supermercados americanos”, contaram. Poline Oliveira, da

rede Barbosa, destacou como foi importante conhecer, no detalhe, o funcionamento de vários departamentos de redes. “Quem puder participar das próximas visitas técnicas não deve perder a oportunidade”, recomenda.

Vanessa Fernandes, da Coca-Cola Femsa, uma das patrocinadoras da viagem, destacou a importância de sempre estar perto dos clientes. “Essa aproximação é essencial porque nos permite entender as necessidades de mercado dos lojistas para atender à expectativa deles no Brasil”, reforça. Sabrina Valério, da Consinco, também patrocinadora, disse que a visão do varejo americano foi um aprendizado e destacou: “Foi interessante conhecer como é a operação de lá, não só em atendimento, mas em velocidade”.

i Para conferir as fotos da Viagem Técnica Internacional, acesse a galeria de fotos da APAS pelo endereço: goo.gl/Ne39K4



GRUPO DA APAS EM VISITA AO PARQUE DA DISNEY E AS REDES DE VAREJO AMERICANO

Sucesso entre os associados, Reuniões Abertas abordaram assuntos indispensáveis para o setor

Em 2018, os supermercadistas das 16 Regionais e Distritais trocaram muita informação nas 102 Reuniões Abertas realizadas pela APAS. Foram encontros em que se discutiram 24 temas, como: Reforma trabalhista, e-social, FLV, contribuição sindical, varejo de vizinhança, tendências futuras para supermercados, estratégias de vendas, atuação do Procon no supermercado, entre outros. Nos assuntos abrangentes, foram discutidas 32 pautas de temas diversos como assuntos jurídicos, segurança alimentar, tributário e meios de pagamento. Além do conhecimento adquirido e compartilhado, quem participou

pôde ainda trocar experiências com outros supermercadistas da região.

Ao longo do ano, 794 empresas participaram das Reuniões Abertas, que tiveram 192 patrocínios. Para a APAS, tão importante quanto proporcionar esses encontros, é contar com grandes players do mercado que dividem com os associados as novidades de sua categoria, as novas formas de consumo e as ferramentas que auxiliam na potencialização das vendas.

Para o diretor das Regionais da APAS, Renato Martins, em 2018, as reuniões alcançaram um ápice, pela qualidade dos palestrantes e o número expressivo de associados participantes. “Atualmente poucas reuniões aconte-

cem em nossas sedes regionais, devido ao grande sucesso de público, os encontros acontecem em churrascarias, pizzarias, entre outros. Outro destaque é a participação dos consultores da APAS via transmissão simultânea. Essa interação aumentou o nível dos encontros e agilizou a resolução dos problemas dos associados”, conta Martins.

Em 2019, essas parcerias serão ainda mais prósperas, com atividades para tornar as lojas paulistas cada vez mais atrativas para clientes, gestores e colaboradores. A APAS trabalha constantemente para oferecer novos formatos de reuniões de modo a proporcionar as melhores experiências aos participantes.

Veja nas próximas páginas quem marcou presença nas Reuniões Abertas das Regionais e Distritais

1 **DISTRITAL LESTE**
DISCUTE SOBRE NEGÓCIO DO FLV: OFERECER PRODUTOS OU SERVIÇOS



2 **DISTRITAL LESTE**
DEBATE SOBRE OS DESAFIOS DE NOVOS FORMATOS, COM OLEGÁRIO ARAÚJO



3 **DISTRITAL SÃO PAULO**
DISCUTE SOBRE TENDÊNCIAS ESTRATÉGICAS DO FUTURO – CONSUMIDOR E SUPERMERCADOS, COM THIAGO BERKA



4 **DISTRITAL SÃO PAULO**
FALA SOBRE NEGÓCIO DO FLV: OFERECER PRODUTOS OU SERVIÇOS COM CARLOS PERCHES



5 **DISTRITAL SUL**
APRENDE COMO AUMENTAR AS MARGENS – TÉCNICAS DE PRICING E CASES, COM ALEXANDRE RIBEIRO



6 **DISTRITAL SUL**
CONHECE MAIS SOBRE GESTÃO DOS RESÍDUOS EM SUPERMERCADOS SEGUNDO A NOVA POLÍTICA DE RESÍDUOS SÓLIDOS – OPORTUNIDADES E DESAFIOS, COM THIAGO PIETROBON





7



8



9



10



11



12



14



13

7 REGIONAL ABC
DISCUTE SOBRE
NEGÓCIO DO FLV:
OFERECER
PRODUTOS OU
SERVIÇOS, COM
CARLOS PERCHES

8 REGIONAL ABC
FALA SOBRE
REFORMA
TRABALHISTA, COM
DR. FERNANDO
ARAÚJO

**9 REGIONAL
ARAÇATUBA**
REFORÇA A
EXCELÊNCIA NO
ATENDIMENTO,
COM FREDERICO
GORGULHO

**10 REGIONAL
ARAÇATUBA**
DISCUTE QUESTÕES
RELEVANTES SOBRE
A FISCALIZAÇÃO DO
PROCON, COM ANA
RODRIGUES

**11 REGIONAL
BAIXADA SANTISTA**
CONHECE MAIS
SOBRE ANÁLISE E
MELHORIA DE
LAYOUT, COM
FERNANDA RIBEIRO

**12 REGIONAL
BAIXADA SANTISTA**
ASSISTE A
APRESENTAÇÃO
SOBRE O NEGÓCIO
DO FLV: OFERECER
PRODUTOS OU
SERVIÇOS, COM
CARLOS PERCHES

**13 REGIONAL
BAURU** APRENDE
COMO AUMENTAR
AS MARGENS -
TÉCNICAS DE
PRICING E CASES
COM, ALEXANDRE
RIBEIRO

**14 REGIONAL
BAURU** FALA SOBRE
NEGÓCIO DO FLV:
OFERECER
PRODUTOS OU
SERVIÇOS, COM
CARLOS PERCHES

15 REGIONAL CAMPINAS DISCUTE SOBRE VAREJO DE VIZINHANÇA, COM DEMÉTRIO MAGNANI



16 REGIONAL CAMPINAS FALA SOBRE NEGÓCIO DO FLV: OFERECER PRODUTOS OU SERVIÇOS, COM CARLOS PERCHES

17 REGIONAL GUARULHOS APRENDE SOBRE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA EM SUPERMERCADOS, COM A EMPRESA DANFOSS



18 REGIONAL GUARULHOS CONHECE MAIS SOBRE GESTÃO DOS RESÍDUOS EM SUPERMERCADOS SEGUNDO A NOVA POLÍTICA DE RESÍDUOS SÓLIDOS - OPORTUNIDADES E DESAFIOS, COM THIAGO PIETROBON

19 REGIONAL MARÍLIA DISCUTE QUESTÕES RELEVANTES SOBRE A FISCALIZAÇÃO DO PROCON COM ANA RODRIGUES



20 REGIONAL MARÍLIA DEBATE SOBRE COMO AUMENTAR AS MARGENS - TÉCNICAS E PRICING E CASES, COM ALEXANDRE RIBEIRO

21 REGIONAL OSASCO FALA SOBRE NEGÓCIO DO FLV: OFERECER PRODUTOS OU SERVIÇOS, COM CARLOS PERCHES

22 REGIONAL OSASCO CONHECE MAIS SOBRE GESTÃO DE RESÍDUOS EM SUPERMERCADOS SEGUNDO A NOVA POLÍTICA DE RESÍDUOS SÓLIDOS - OPORTUNIDADES E DESAFIOS, COM THIAGO PIETROBON





23 REGIONAL PRESIDENTE PRUDENTE DISCUTE SOBRE VAREJO DE VIZINHANÇA, COM DEMÉTRIO MAGNANI

24 REGIONAL PRESIDENTE PRUDENTE DEBATE SOBRE COMO AUMENTAR AS MARGENS - TÉCNICAS DE PRICING E CASES, COM ALEXANDRE RIBEIRO



25 REGIONAL RIBEIRÃO PRETO APRENDE SOBRE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA EM SUPERMERCADOS, COM A EMPRESA DANFOSS

26 REGIONAL RIBEIRÃO PRETO DISCUTE SOBRE COMO AUMENTAR AS MARGENS - TÉCNICAS DE PRICING E CASES, COM ALEXANDRE RIBEIRO



27 REGIONAL SÃO JOSÉ DO RIO PRETO FALA SOBRE REFORMA TRABALHISTA, COM DR. JOÃO ROBERTO

28 REGIONAL SÃO JOSÉ DO RIO PRETO DEBATE SOBRE INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NOS SUPERMERCADOS, COM JORGE INAFUCO



29 REGIONAL SOROCABA CONHECE MAIS SOBRE GESTÃO DOS RESÍDUOS EM SUPERMERCADOS SEGUNDO A NOVA POLÍTICA DE RESÍDUOS SÓLIDOS, COM THIAGO PIETROBON

30 REGIONAL SOROCABA FALA SOBRE CONVENÇÃO COLETIVA, COM MAURÍCIO LERMEN E MARCOS GOMES



31 REGIONAL DO VALE DO PARAÍBA APRENDE SOBRE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA EM SUPERMERCADOS, COM A EMPRESA DANFOSS

32 REGIONAL DO VALE DO PARAÍBA CONHECE MAIS SOBRE GESTÃO DOS RESÍDUOS EM SUPERMERCADOS SEGUNDO A NOVA POLÍTICA DE RESÍDUOS SÓLIDOS, COM THIAGO PIETROBON

VAI COMEÇAR A CAMPANHA MAIS ESPERADA DOS ASSOCIADOS APAS!



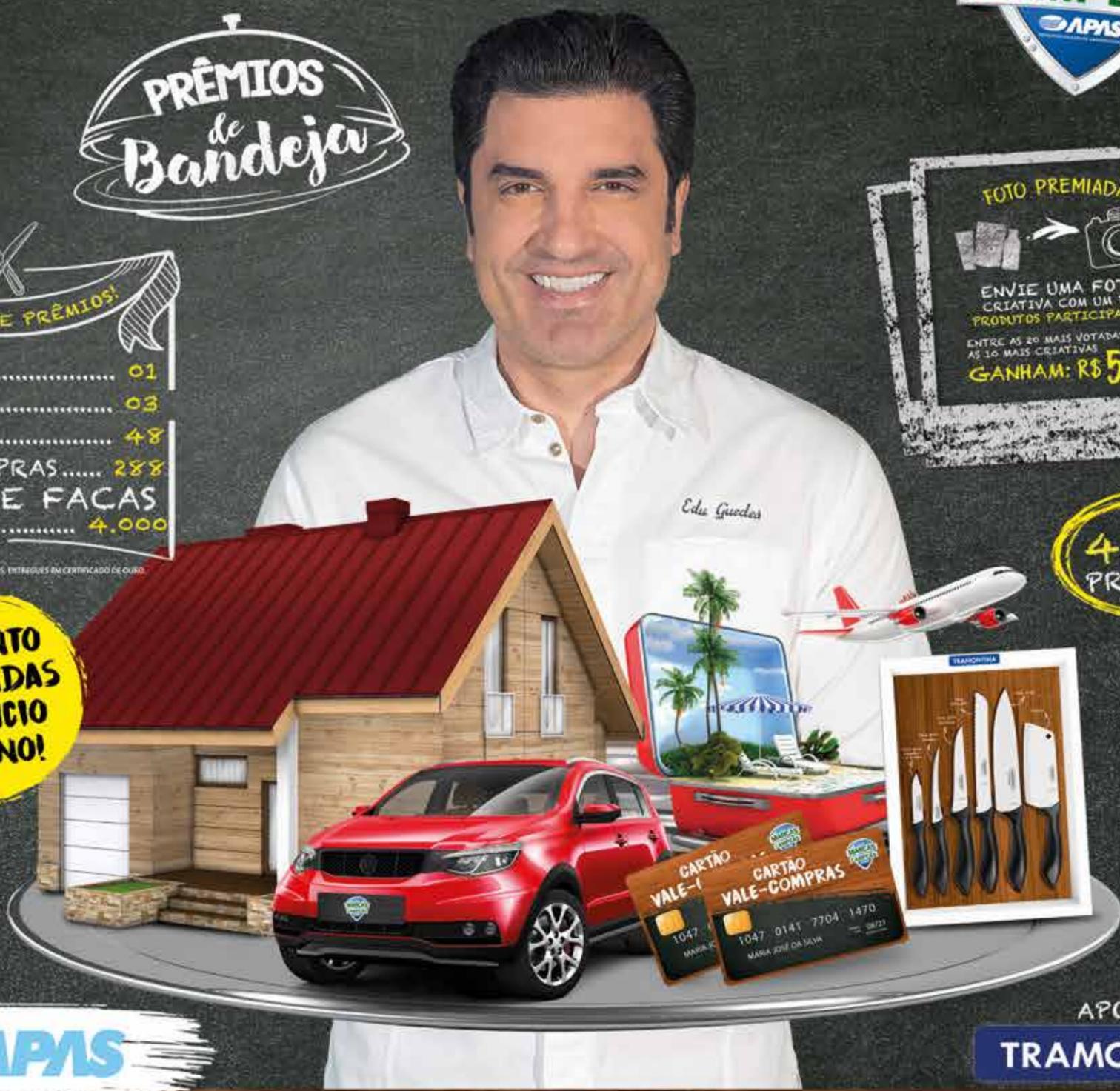
SIRVA-SE DE PRÊMIOS!

CASA	01
CARROS	03
VIAGENS	48
VALES-COMPRAS	288
JOGOS DE FACAS	
TRAMONTINA	4.000



4.350 PRÊMIOS!

AUMENTO DE VENDAS NO INÍCIO DO ANO!



APOIO:

TRAMONTINA

OS CONSUMIDORES QUE COMPRAREM AS **MARCAS** NAS LOJAS PARTICIPANTES, VÃO CONCORRER A **MILHARES DE PRÊMIOS!**

INÍCIO: 04 DE FEVEREIRO!

CONFIRA OS PATROCINADORES



ACOMPANHE A PROMOÇÃO ATRAVÉS DO **SITE OFICIAL** E REDES SOCIAIS!

WWW.PROMOCAOMARCASCAMPEAS.COM.BR

[/MCAMPEASOFICIAL](https://www.facebook.com/mcampeasoficial)

[@MARCASCAMPEAS](https://www.instagram.com/marcascampeas)

PARTICIPAÇÃO VÁLIDA PARA PESSOAS FÍSICAS, COM CPF VÁLIDO, QUE EFETUAREM COMPRAS NAS LOJAS PARTICIPANTES DE 04/02 A 21/04/19 E CADASTRAREM OS CÓDIGOS DE PARTICIPAÇÃO NO SITE ATÉ 23/04/19. O CONCURSO DE FOTOS É RESTRITO AOS PARTICIPANTES DA PROMOÇÃO, QUE CADASTRAREM AO MENOS UM CÓDIGO DE PARTICIPAÇÃO. LIMITE DE 3 FOTOS POR PESSOA/CPF. CONSULTE DE MAIS CONDIÇÕES NOS REGULAMENTOS: MARCAS E LOJAS PARTICIPANTES NO REGULAMENTO EM WWW.PROMOCAOMARCASCAMPEAS.COM.BR. IMAGENS ILUSTRATIVAS, QUE CORRESPONDEM À SUGESTÃO DE USO DOS PRÊMIOS (CERTIFICADO DE OURO E CARTÃO PRESENTE). CERTIFICADOS DE AUTORIZAÇÃO SEFEL Nº 5 04 000711/2018(SORTEIO), 03.000708/2018(CONCURSO) E 05.000703/2018(VALE-BRINDE).