

SEÇÃO ACAPS

O Jornal da Associação Capixaba de Supermercados

Edição 005 | Out./Nov./Dez. 2016

Vigilância Sanitária debate o tema “Agrotóxicos” em reunião na Acaps

O encontro reuniu órgãos públicos e entidades e debateu um novo projeto para rastrear e rotular produtos hortícolas

PÁG. 6



Reeleita Diretoria da Acaps

PÁG. 10



Acaps apresenta Super Feira 2017

Lançamento foi realizado no dia 17 de novembro, durante a Assembleia Geral dos Associados e premiou os melhores estandes de 2016

PÁG. 8



Redes sociais ajudam a divulgar promoções

Os supermercados capixabas vêm adotando diferentes estratégias para conseguir a atenção, fidelidade e a satisfação de seus clientes

PÁG. 15

Responsabilidade compartilhada

NO DIA a dia nas milhares de lojas no Estado e milhões no Brasil, a população busca o supermercado de sua preferência para se abastecer, buscando os produtos que consome. A cada dia milhões de pessoas entram nas lojas, buscam produtos, comparam preços e escolhem o que vão consumir. Esta é uma atividade tão corriqueira e do cotidiano que foi incorporada aos nossos hábitos. É comum vermos pessoas olhando gôndolas, checando produtos e escolhendo seu preferido.

A relação entre cliente e supermercado é o que move este mercado de bilhões de reais. Mas há, embutido nesse relacionamento, uma questão subjacente e que está presente em todas as transações feitas e que culmina com o momento em que o produto é passado pelo caixa e levado para a casa de quem o comprou. Aqui, se estabelece uma nova relação de responsabilidade compartilhada.

O supermercado, embora seja apenas quem fornece do produto, ao colocá-lo à disposição de seu cliente assume, como determinado na legislação brasileira, a responsabilidade compartilhada por ele e, por isso, pode ser apenado no caso de o produto, no final, apresentar ou causar problemas. O caso mais emblemático é dos hortifrúti e do uso de agrotóxicos na sua produção. Os supermercados são o final da cadeia de



distribuição, que é longa, tem muita gente envolvida, e não tem qualquer controle sobre o que é usado na produção, mas isso não os isenta desta responsabilidade compartilhada. E é assim, também, com todos os produtos que oferece aos seus clientes. Ao estabelecer a relação de consumo, a empresa se torna corresponsável pelo que vende, daí a necessidade de cuidar bem das compras, **(estabelecer parcerias com empresas com idoneidade comprovada)** oferecendo

segurança alimentar e satisfazendo integralmente a expectativa de seu cliente, inclusive sobre a correta produção do alimento que irá consumir.

Mais evidente na relação de consumo, a responsabilidade compartilhada se estende, ainda, por outros campos, como é o caso da disposição de lixo e de resíduos sólidos, mesmo nos municípios onde as empresas não são, ainda, as responsáveis pela disposição desses resíduos, acondicionando-os de maneira correta e dando a eles a destinação certa. E a relação também ocorre com os fornecedores, cujos produtos devem atender às exigências da legislação brasileira. O que a responsabilidade compartilhada nos mostra é que a relação cliente-supermercado é mais complexa do que aparenta. E por ser assim, cada procedimento demanda ampla discussão e, no caso específico dos alimentos, o envolvimento de toda a cadeia produtiva. De seu lado, os supermercados estão fazendo suas tarefas, sempre buscando o melhor para o seu cliente. Mas esta é uma questão que, no final, só será definitivamente resolvida quando todos os elos da corrente se juntarem.

Dailton Perim

Diretor da Acaps



Fim de ano é tempo de vários sorrisos com as melhores companhias.



FELIZ NATAL E UM ANO NOVO CHEIO DE ESPERANÇAS E MOMENTOS MARCANTES.

WWW.ACAPS.ORG.BR

*Filie-se e faça parte
dessa união*

SUA EMPRESA TERÁ VÁRIAS VANTAGENS
PARA SE DESTACAR NO MERCADO.

ASSESSORIA EMPRESARIAL NÚCLEO DE CAPACITAÇÃO SITE ACAPS REVISTA SUPER ILHA

WWW.ACAPS.ORG.BR | 27 3324-3599

NOVOS ASSOCIADOS

PERÍODO DE 01/08/16 A 30/11/16

A S PRODUTOS PAIS E FILHOS LTDA ME
Adilson Alimentar - Serra

COML. BARONE E GRAUMKE LTDA EPP
Coml. Barone - Afonso Cláudio

MILLENIUM LEDS COM. E DIST. EIRELI EPP
Hiper Leds - Serra

SINUS SERVIÇOS E COMÉRCIO LTDA
Sinus Cartuchos e Toner - Vila Velha

AGORAA HORTIFRUTI LTDA EPP
Agoraa hortifruti- Serra

JOAB OLIVEIRA GONCALVES ME
Supermercado Capixabão - Serra

P M TONIATO SUPERMERCADOS EPP
Super. Dois Irmãos - Linhares

EXPEDIENTE

SEÇÃO ACAPS

O Jornal da Associação Capixaba de Supermercados

DIRETORIA ACAPS 2015/2016

R. Misael Pedreira da Silva, 138, Santa Lúcia, Vitória - ES, CEP. 29.056-230 | (27) 3324-3599 | acaps@acaps.org.br | www.acaps.org.br

Tiragem: 3.500 exemplares

Veiculação direcionada para supermercadistas, fornecedores, distribuidores e todos setores ligados diretamente e indiretamente.

PRESIDENTE

João Tarcício Falqueto

VICE-PRESIDENTES

Willian Carone Júnior
Waldês Calvi
Aderbauer Ruy Pedroni
Jorge Zouain
Joaquim Alves Moreira
Fabio Dall'Orto Dalvi
Luiz Coelho Coutinho

DIRETORES

Dailton Perim

Daniel José Rodrigues Paes
Lodovico Ansini Faé
Mario Coelho Coutinho
Eliomar Cesar Avancini
Tamara Dias Casagrande
Fernanda Nolasco Vieira

CONSELHO FISCAL

Ademar Moraes da Mata
Carlúcio Rocha Nunes
João Miguel Frederico
Suplentes:
Jorge Selvatici Loureiro

Fredy Seidler Berger
Solimar Biazutti

DIRETORIAS REGIONAIS

Cachoeiro de Itapemirim
Lourenço Altoé Gomes
Colatina
Maria José Main Lucas
Linhares
João Luiz Dorigueti
Nova Venécia
Paulo Alvim Dalla Maestri
São Mateus

Natanagildo Beltrame

Região Serrana

Geruza Lúcia R. de Nazareth
Santa Maria De Jetibá
Raquel Tresmann
Guarapari
Mateus Lucas Vettoraci
Litoral Sul
Rodrigo Perim
Alegre
Hilton de Souza Junior
CONSELHO DE

FORNECEDORES

José Carnieli
Carlos Alípio Spavier
Elcio Alves
Suplentes:
Elson Conde de O. Filho
Edson João Doná
José Carlos Correa Cardoso

DELEGADO JUNTO À ABRAS

João Carlos C. Devens

SUPERINTENDENTE

Hélio Hoffmann Schneider

PROJETO GRÁFICO

Agência TCT

REDAÇÃO

Felipe Campos
Adriane Avide

REVISÃO

Hélio Hoffmann Schneider

COLABORAÇÃO

Equipe Acaps

Convenção Abras comemora 50 anos em evento especial

Durante o evento, supermercadistas participaram de palestras ministradas por profissionais de renome

A CONVENÇÃO ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados), mais importante encontro de lideranças supermercadistas do Brasil, completou 50 anos neste ano. O evento foi realizado entre 8 e 10 de novembro em Atibaia, São Paulo, e abordou o tema “Simplificação: a melhor forma de se inovar”.

Durante os três dias, líderes, empresários e altos executivos supermercadistas de diferentes estados brasileiros, participaram de palestras internacionais e nacionais ministradas por profissionais de renome.

Representando a Acaps, estiveram presentes o presidente João Falqueto, o superintendente Hélio Schneider e os direto-



res Luiz Coutinho, Fábio Dall’Orto, Fábio Hertel, João Carlos Devens e Aderbauer Pedroni.

“A Convenção ABRAS é a maior referência de relacionamento com conhecimento estratégico, pois é o momento especial do ano para o nosso grande encontro de líderes supermercadistas do Brasil. O evento, focado em informação e inovação, é essencial para traçar estratégias de crescimento e ampliação de negócios.” destacou o presidente da ABRAS, Fernando Yamada.

Em paralelo à Convenção, aconteceu a 6ª Exposição de Tecnologia para Supermercados. Também baseada no tema da Convenção, a mostra apresentou soluções e tendências do varejo que auxiliam e facilitam a gestão do negócio supermercadista e contou com empresas nacionais e internacionais desenvolvedoras de softwares, hardwares, suprimentos, serviços e equipamentos, entre outras novidades.

Vendas do setor supermercadista acumulam alta de 1,16%

Em Outubro, as vendas do setor supermercadista em valores reais - deflacionadas pelo IPCA/IBGE, apresentaram alta de 4,78% na comparação com o mês imediatamente anterior e alta de 0,71% em relação ao mesmo mês do ano de 2015. No acumulado do ano, as vendas apresentaram alta de 1,16%, na comparação com o mesmo período do ano anterior. Confira os números da pesquisa:

Variações Mensais - Total Brasil Outubro/2016	Varição Nominal	Varição Real* (IPCA / IBGE)
MÊS X MÊS ANTERIOR	5,05%	4,78%
MÊS X MESMO MÊS ANO ANTERIOR	8,65%	0,71%
ACUMULADO	10,47%	1,16%

*Real - deflacionado desde janeiro de 2001 pelo IPCA do IBGE

A Convenção ABRAS é a maior referência de relacionamento com conhecimento estratégico

Fernando Teruó Yamada
Presidente da ABRAS

Escola de Associativismo lança módulo na sede da Acaps

NA ÚLTIMA semana do mês de outubro, os dirigentes e colaboradores da Escola de Associativismo estiveram na sede da Associação Capixaba de Supermercados, juntamente com associados da Acaps, para lançar o quarto módulo do projeto, que abordou como aumentar o número de associados nas entidades representativas, como associações e sindicatos de classes empresariais.

A Escola é uma iniciativa pioneira no país e tem como propósito a fomentação e valorização dos grupos associativos. Segundo o diretor do projeto, Sr. Sérgio Rogério de Castro, a escola ajuda as associações a serem melhores e mais fortes.



A escola sempre se preocupa em produzir assuntos que sejam relevantes às associações



Sérgio Rogério de Castro
Diretor da Escola de Associativismo

“A escola sempre se preocupa em produzir assuntos que sejam relevantes às associações. Os benefícios que elas têm com este projeto, é exatamente receber esse conjunto de informações para que elas se consolidem cada vez mais sólidas no mercado” explicou o diretor.

Colaboradora do módulo “Aumentando o número de associados”, a Acaps apresen-

tou uma breve palestra na ocasião do lançamento, através do seu superintendente, Hélio Hoffman Schneider, mostrando as diversas ferramentas que utiliza para atrair as empresas para a associação. “Atualmente temos vários veículos de comunicação que nos auxiliam para conseguirmos construir uma imagem positiva e alcançar excelentes resultados para as empresas. A chave está na maneira que utilizamos as mídias ao nosso favor.” explicou o superintendente.



Conteúdo on-line para aperfeiçoar as associações

O SITE www.escoladeassociativismo.com traz diversos conteúdos para capacitar as lideranças e colaboradores de associações, focando na disseminação de informações que possam ajudar na gestão e crescimento das entidades.

Estão publicados no portal, atualmente, quatro cursos: Benefícios de uma sede; A importância da renovação; Inovação no Associativismo; Aumentando o número de associados.

Para cada módulo é disponibilizado uma cartilha orientativa sobre o assunto e um vídeo com a participação de colaboradores. Há também conteúdos extras, como notícias e vídeos que focam o tema associativismo.

Vigilância Sanitária debate o tema “Agrotóxicos” em reunião na Acaps

O uso indevido e a concentração excessiva de agrotóxicos nos alimentos hortícolas são temas discutidos há longa data, tanto no estado quanto no âmbito nacional.

O assunto é muito preocupante, pois interfere intensamente na saúde humana e, cada vez mais, o cerco para combater a comercialização de produtos impróprios para o consumo vem sendo fechado através de projetos educativos e novas legislações.

No último dia 03 de novembro, ocorreu no auditório da Federação do Comércio, um encontro técnico promovido pela Vigilância Sanitária Estadual e apoiado pela Acaps, que contou com a participação de órgãos do governo relacionados ao assunto, supermercadistas, fornecedores e outras entidades envolvidas, como a CEASA-ES. O evento trouxe como estudo de caso, a implantação do projeto de rastreabilidade e rotulagem instituído no estado do Paraná por meio da resolução nº. 748/2014 da



Secretaria de Saúde. O engenheiro agrônomo e técnico do Centro Estadual de Vigilância Sanitária do Paraná, Sr. Marcos Andersen, explanou aos participantes toda a trajetória do projeto, enfatizando a

importância do envolvimento de todos os setores e poder público para o sucesso da ação.



“O objetivo principal dessa integração é a comercialização de alimentos seguros, no entendimento de alimentos seguros é aquele não traga nenhum perigo a saúde das pessoas.” explicou o especialista, Marcos Andersen.



Rastreabilidade no Espírito Santo

Desde 2014, a Secretaria de Estado de Saúde e o Núcleo Especial de Vigilância Sanitária, implantaram um programa de análise de resíduos de agrotóxicos a partir da coleta de produtos hortícolas em supermercados e distribuidoras.

Marizete de Oliveira Silva, Chefe do Núcleo Especial de Vigilância Sanitária do Estado, relatou durante a reunião no dia 03, que a coleta de informações tem o objetivo de construir uma série histórica de

ATÉ o momento, há 282 amostras coletadas, que totalizam 72% com resultados satisfatórios, ou seja, 28% são insatisfatórios

Marizete de Oliveira Silva
Chefe da Vigilância Sanitária do ES.

alimentos produzidos no Espírito Santo e os tipos de contaminações encontradas. Outro ponto apresentado a partir das coletas foi a dificuldade da rastreabilidade e rotulagem nos produtos. Os dados apon-

tam que, das amostras, 53% não possuíam informações referentes ao produtor, impedindo a identificação da origem dos alimentos.

Representantes de órgãos e entidades que participaram do evento debateram sobre o assunto apontando os problemas e necessidades para implantar um método que possa rastrear e rotular os produtos hortícolas e que seja viável para todos os setores.

Conforme ressaltou Marizete de Oliveira, um grupo de trabalho formado com o Ministério Público está se reunindo para discutir sobre a questão e será analisada a inclusão de outros membros, como repre-

sentantes do comércio e dos produtores. A expectativa é que, a partir da experiência do estado do Paraná, seja possível traçar um planejamento de um programa capaz de rastreabilidade e rotulagem de produtos hortícolas.

Programa da Abras enfatiza seleção consciente de fornecedores

A Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), através de um processo colaborativo de atuação, implantou em 2011 o Programa de Rastreamento e Monitoramento de Alimentos, o RAMA, reconhecendo a necessidade do cuidado e atenção com a origem dos produtos no que se refere as contaminações por resíduos de agrotóxicos.

O RAMA fomenta as boas práticas agrícolas, acompanhando as tendências mundiais do setor varejista na atenção à segurança dos alimentos oferecidos aos seus consumidores. Através do programa, que tem adesão voluntária, os supermercados têm acesso a um conjunto de informações que permite a seleção consciente de seus fornecedores.

Mais informações:
www.abras.com.br/rama



Da esquerda para direita: Hélio Schneider, Superintendente da Acaps; Marcos Andersen, Engenheiro Agrônomo; Marizete de Oliveira, Chefe da Vigilância Sanitária do ES; João Falqueto, Presidente da Acaps; José Carlos Buffon, Diretor presidente do Cesa-ES e José Ayres Ventura, do INCAPER.

Super Feira 2017 é lançada durante reunião da Acaps



No ÚLTIMO dia 17 de novembro, durante a Assembleia Geral da Acaps, em Vitória, a diretoria da entidade fez o lançamento oficial da Super Feira Acaps Panshow 2017, confirmada para 19, 20 e 21 de setembro.

Os resultados positivos da 30ª Super Feira, ocorrida neste ano, vieram acompanhados do início da retomada da economia brasileira, que começou a dar sinais de recuperação nos últimos meses, projetando ótimas perspectivas para 2017.

Muitos expositores já estão em negociação para garantir a participação no evento do próximo ano e, satisfeito com a reação dos empresários, o diretor superintendente da Acaps, Hélio Hoffmann Schneider, afirmou que a feira cumpriu seu papel e espera resultados ainda melhores.

“A 30ª Super Feira Acaps Panshow superou as expectativas, o que só reforça que o índice de confiança dos empresários con-

tinua crescendo e que o mercado está reagindo a essa economia desafiadora. Fazer uma feira requer muita dedicação e união por parte dos setores envolvidos e, detectar que nossos expositores estão satisfeitos com o caminhar nos faz querer melhorar a cada edição”, disse o superintendente.



A Super Feira Acaps Panshow 2016 fechou com um volume de negócios de mais de R\$ 150 milhões. O evento reuniu cerca de 200 expositores, de diversos estados brasileiros, contemplando as mais variadas marcas e serviços presentes em supermercados e padarias e mais de 21 mil pessoas passaram pelo local.

AGRADEÇO as empresas que confiam no setor e que juntos possamos, em 2017, comemorar mais uma vitória

João Tarcício Falqueto
Presidente da Acaps

Expositores da feira são contemplados com troféu

Prestigiados pelos associados da Acaps, os expositores de destaque da edição 2016 do evento receberam durante a assembleia da entidade, em 17 de novembro, o “TROFÉU ESTANDE DE OURO”, que tem o objetivo de premiar os melhores estandes da Super Feira.

“Os ganhadores são eleitos por uma comissão formada por arquitetos, decoradores, jornalistas, supermercadistas, panificadores e formadores de opinião, que visitam todos os estandes e avaliam beleza, ações de merchandising e atendimento de cada empresa expositora”, explica a gerente de marketing da Acaps, Jaqueline Bourguignon.

Além dos premiados com o troféu Estande de Ouro, na ocasião foram homenageados com o título “PARCEIRO INSTITUCIONAL 2016” o Sebrae e o Sistema Findes, pela significativa participação no evento.

Troféu
Estande de Ouro
GANHADORES
ACAPS PANSHOW



ATÉ 12 M²
Entregue por: Samuel D. Nogarol
Recebido por: Henrique Pereira

Ação Distribuidora

13 A 23 M²
Entregue por: Fábio Dall'Orto
Recebido por: Célio José

Vila Ervas

24 M²
Entregue por: Dailton Perim
Recebido por: Bruno Gomes e Tarcísio Fernandes

Las Paletitas

24 M²
Entregue por: Ricardo Augusto Pinto
Recebido por: Roberto Bastianello

Vila Rica

25 A 30 M²
Entregue por: Eliomar Avancini
Recebido por: Gleidson Colombo

Proteinorte

31 A 40 M²
Entregue por: Daniel José R. Paes
Recebido por: Cleverson Pancieri

Meridiano

31 A 40 M²
Entregue por: Ricardo S. Mota
Recebido por: Antonio dos Santos Costa Filho

Uniaves

41 A 48 M²
Entregue por: Jorge Zouain
Recebido por: Jacir da Cunha

Colina Alimentos

49 A 66 M²
Entregue por: Waldés Calvi
Recebido por: Lelio Cimini

Prosegur

67 A 90 M²
Entregue por: Paulo Alvim Maestri
Recebido por: Marcio Moreira dos Santos Ferreira

Arroz Sepé

67 A 90 M²
Entregue por: Romildo Hackbart
Recebido por: Ricardo H. de Moraes

SM Company

ACIMA DE 90 M²
Entregue por: Dailton Perim
Recebido por: Marco Antônio Correa

Damare

PARCEIRO INSTITUCIONAL
Entregue por: João Tarcício Falqueto e Luiz Carlos Azevedo
Recebido por: José Eugênio Vieira

Sebrae

PARCEIRO INSTITUCIONAL
Entregue por: João Tarcício Falqueto e Hélio Hoffman Schneider
Recebido por: Gibson Regianni

Findes

Assembleia de associados reelege diretoria



CONCORRENDO em chapa única, o atual presidente da Acaps, João Tarcício Falqueto, foi reeleito no último dia 17 de novembro para mais um mandato à frente da entidade. Por unanimidade, os associados, reunidos em assembleia, aprovaram a reeleição do presidente e dos demais diretores e, a partir de 01º de janeiro, os mesmos iniciam a gestão do biênio 2017/2018 da associação.

João Falqueto já participa do corpo de diretores da Acaps há 16 anos, tendo atuado por muito tempo como vice-presidente financeiro. O empresário é proprietário do Supermercado Falqueto, instalado no centro do município da Serra, e sempre se manteve envolvido nas ações em favor do desenvolvimento do setor supermercadista no Espírito Santo. Após eleito, o presidente agradeceu a participação dos associados, a confiança e a credibilidade conferida a ele. “No primeiro mandato, nosso objetivo foi

construir maior unidade na Acaps e pretendemos, no segundo mandato, agir da mesma forma, fortalecendo o setor”, enfatizou Falqueto.

O presidente lembrou ainda que a credibilidade da Associação é decorrência de sua união e da participação dos associados e citou que “esta unidade é necessária para que o setor supere suas dificuldades”.

A credibilidade da Associação é decorrência de sua união e da participação dos associados

João Tarcício Falqueto
Presidente da Acaps



A diretoria 2017/2018 da Acaps é formada por 45 membros, entre vice-presidentes e diretores do conselho consultivo, diretores regionais, conselho fiscal e conselho de fornecedores. Além de tarefas específicas de acordo com o cargo ocupado, os membros da diretoria tem, como compromisso, zelar pelo desenvolvimento e união do setor supermercadista, representando-o frente à sociedade, mercado e governo e defendendo seus interesses em favor do bem comum.

Encontro regional para celebrar parcerias



CELEBRANDO sua 21ª edição, o Enfosuper – Encontro de Fornecedores e Supermercados de São Mateus e Região Norte do Espírito Santo – promoveu no último dia 26 de novembro uma grande confraternização, reunindo mais de 200 pessoas no Clube Camurupim, em Guriri, no litoral de São Mateus.

O encontro, que já virou tradição na região, é um momento para celebrar as parcerias entre supermercadistas e fornecedores, en-

volvendo tanto as lideranças das empresas quanto seus colaboradores em uma grande festa, com música ao vivo, torneios esportivos, sorteio de brindes, degustações e um descontraído bate-papo.

“Sempre temos o que comemorar! Mesmo em um momento que somos desafiados a superar as dificuldades do mercado, por meio de muito trabalho e esforço, fecharemos o ano mantendo nossos funcionários e honrando com nossos compromissos

Sempre temos o que comemorar! Fecharemos o ano mantendo nossos funcionários e honrando com nossos compromissos

Natan Beltrame
Diretor da Acaps



junto aos fornecedores e, principalmente, com nossos clientes”, enfatiza um dos organizadores do Enfosuper e diretor regional da Acaps, Natan Beltrame.



Procon renovará campanha fiscal consumidor

CELEBRADA em 2015 entre a Acaps e o Procon Estadual, a Campanha Fiscal Consumidor – De Olho na Validade, que propõe a entrega gratuita de mercadorias ao consumidor que encontrar produtos vencidos nos supermercados capixabas, será renovada pelas partes e vigorará por mais um ano.

“Conforme termo de cooperação, a campanha se findaria agora em 01º de dezembro, portanto oficializamos um pedido para assinatura de um termo aditivo dando continuidade ao projeto”, explica o superintendente da Acaps, Hélio Hoffmann Schneider.

A campanha tem como objetivo prevenir a venda de produtos fora da validade e incentivar o consumidor a verificar tal informação no ato da compra. Sua aplicação favorece tanto os supermercados, que contam com um mecanismo a mais para resolução de possíveis conflitos, quanto os consumidores, que são beneficiados pela gratuidade do produto.



Prós e contras. Mercado Livre de Energia Elétrica

O MERCADO Livre de Energia se consolida como uma forma potencial de economia, meio seguro e confiável de adquirir energia elétrica por um valor negociável. A principal vantagem nesse ambiente é a possibilidade de o consumidor escolher, entre os diversos tipos de contratos, aquele que melhor atenda às suas expectativas de custo e benefício.

Os consumidores livres compram energia diretamente dos geradores ou comercializadores, através de contratos bilaterais com condições livremente negociadas, como preço, prazo, volume, etc.



Para elucidar o assunto, o Sr. Valdir Castelli, diretor da Ecocel, empresa especializada na área de otimização do uso de energia elétrica, trouxe algumas informações importantes para os supermercadistas e demais empresários interessados no investimento. Confira:

Vantagens do Mercado Livre de Energia

Poder de escolha

O consumidor toma as decisões referentes à compra de energia, podendo escolher a fonte desejada e seus parceiros comerciais.

Competitividade

A permanente concorrência entre geradores e comercializadores pelo atendimento aos consumidores do mercado torna o ACL (Ambiente de Contratação Livre) mais competitivo, reduzindo preços e promovendo aumento da eficiência. Também estimula a inovação em relação aos produtos e serviços disponibilizados. Dessa forma, o mercado livre possibilita uma diminuição nos gastos com eletricidade e os consumidores livres se tornam mais competitivos em seus ramos de atividade.

Flexibilidade

Todas as condições de contratação de energia são negociadas livremente entre o consumidor e o fornecedor, tais como preço, volume, prazo, fonte de geração, forma de reajuste e flexibilidades contratuais, entre outros aspectos. A negociação pode envolver, por exemplo, preços ou quantidades diferentes conforme a época do ano.

Previsibilidade

Uma vez firmado o contrato, o consumidor consegue prever os custos de energia elétrica. Os riscos associados a mudanças repentinas nas revisões de tarifas de energia não são percebidos pelos consumidores do mercado livre, pois os preços estão previamente definidos no horizonte do contrato. Portanto, é muito importante para os consumidores do mercado livre ter contratos de longo prazo.

Fim do uso do gerador no horário de ponta

O Mercado Livre tem o custo no horário de ponta muito mais baixo que o de operação com o gerador, assim a empresa preserva seu gerador para emergências, aumentando a sua vida útil sem se preocupar com reposição de diesel.

Desvantagens

Caso a migração por algum motivo, não seja bem sucedida, o prazo de retorno para o sistema cativo é de 5 anos, após a comunicação. Nos contratos de longo prazo, normalmente precisa de garantia financeira pelo valor equivalente ao período de 3 meses ao da compra mensal.

Contribuição: www.ecocel.com.br



São José inaugura segunda loja Express

Aberta no dia 22 de novembro, a nova São José Express está instalada na Enseada do Suá, em Vitória, e, conforme divulgado pela empresa, o formato mais compacto de supermercado oferta praticidade, economia e variedade aos moradores da região.

A primeira São José Express foi inaugurada também neste ano, em abril, no bairro Jardim Camburi.

Empresas investem em capacitação para garantir qualidade

EM UM ano que exigiu muitas mudanças e adaptações, o varejo supermercadista capixaba optou por investir na qualificação de seus funcionários e gestores, identificando a necessidade de manter a qualidade na prestação do serviço e na gestão das empresas.

Através do seu Núcleo de Capacitação, a Acaps promoveu em 2016 dezenas de treinamentos, entre cursos, palestras, workshops, painéis, que capacitaram mais de 1500 profissionais, levando informação e conhecimento ao setor de supermercados.

“Os treinamentos da Acaps oportunizaram aos profissionais a aquisição e atualização de seus conhecimentos, ajudando-os a tomarem decisões mais acertadas em relação a estratégia, processos e gestão de pessoas”, explica a Coordenadora do Núcleo de Capacitação da associação, Adriane Avide.



É a partir da capacitação que mantemos a boa execução das atividades do supermercado



Solimar Honorio Biazutti Leite
Diretor da Acaps

Para o associado e diretor da Acaps, Solimar Biazutti, proprietário do Eco Real Supermercado, pertencente à Rede Show, investir na capacitação dos colaboradores e gestores, além de ampliar as habilidades de cada um, garante uma equipe mais preparada e envolvida com as estratégias da empresa. “É a partir da capacitação que mantemos a boa execução das atividades operacionais e gerenciais

do supermercado e incentivamos o envolvimento dos colaboradores nas ações de melhoria estratégica dos processos”, relata o supermercadista.

2017

A Acaps está preparando o calendário de treinamentos para 2017!
Fique atento ao site www.acaps.org.br e aos informativos da entidade. Caso tenha alguma sugestão de treinamento, gentileza contatar capacitacao@acaps.org.br



Buaiz Alimentos completa 75 anos de tradição no mercado capixaba

FUNDADA EM 1941, a Buaiz Alimentos pertence ao Grupo Buaiz e é composta por três unidades - o Moinho Vitória, a Fábrica de Mistura para Bolo e a Fábrica Café Número Um.

Sempre investindo no aprimoramento dos seus processos de produção, a indústria se modernizou e hoje reúne o que há de melhor em maquinário nacional e importado da Europa.

Importante para o comércio e economia capixaba, neste ano a Buaiz Alimentos

comemora os seus 75 anos de história com tradição e credibilidade e explica como se tornou uma das empresas mais consolidadas do mercado no segmento.

Confira a entrevista exclusiva com o atual diretor presidente da empresa, Américo Buaiz Filho.



Quais propósitos os dirigentes da empresa tinham quando implantaram a empresa no estado?

Mais do que tudo o ES não tinha uma estrutura ou mesmo uma vocação industrial. Nossa primeira empresa era atacadista e de representações comerciais traduzindo uma estratégia do meu avô Alexandre Buaiz. Meu pai - Americo Buaiz - que o acompanhou

e depois o sucedeu ampliou nossa atuação nestas áreas de origem e inaugurou a etapa de diversificarmos para o ramo industrial com o Moinho de

Trigo Vitória.

Qual o principal legado que a empresa tem deixado para a sociedade capixaba?

De que é possível completar 75 Anos de forma saudável, fazendo as coisas certas, preservando princípios e valores, de forma competitiva e pensando com vigor no futuro.

Como a Buaiz vem atuando para manter-se competitiva no mercado?

Fazendo produtos de qualidade com preços justos, prestando bons serviços aos clientes e investindo de forma permanente em tecnologia, marketing e gestão.

Qual o nível e importância do relacionamento da Buaiz com o setor

TEMOS uma palavra para definir nossa relação com os Supermercadistas: **Gratidão!**

Américo Buaiz Filho
Presidente da Buaiz Alimentos

supermercadista capixaba?

O mercado do ES é fundamental para a Buaiz Alimentos e dentro deste mercado o segmento mais importante para nós é o de supermercados.

Temos uma palavra para definir nossa relação com os supermercadistas: Gratidão!



Redes sociais ajudam a divulgar promoções

CADA VEZ mais, os supermercados capixabas vêm adotando diferentes estratégias de marketing promocional para expandir seus negócios e ainda conseguir a atenção, fidelidade e a satisfação de seus clientes, atraindo os consumidores para suas lojas.

Por ser uma ferramenta mais acessível e abrangente, as redes sociais têm sido usadas para contribuir diretamente na aplicação do marketing promocional, auxiliando na divulgação das ações e da marca das empresas.

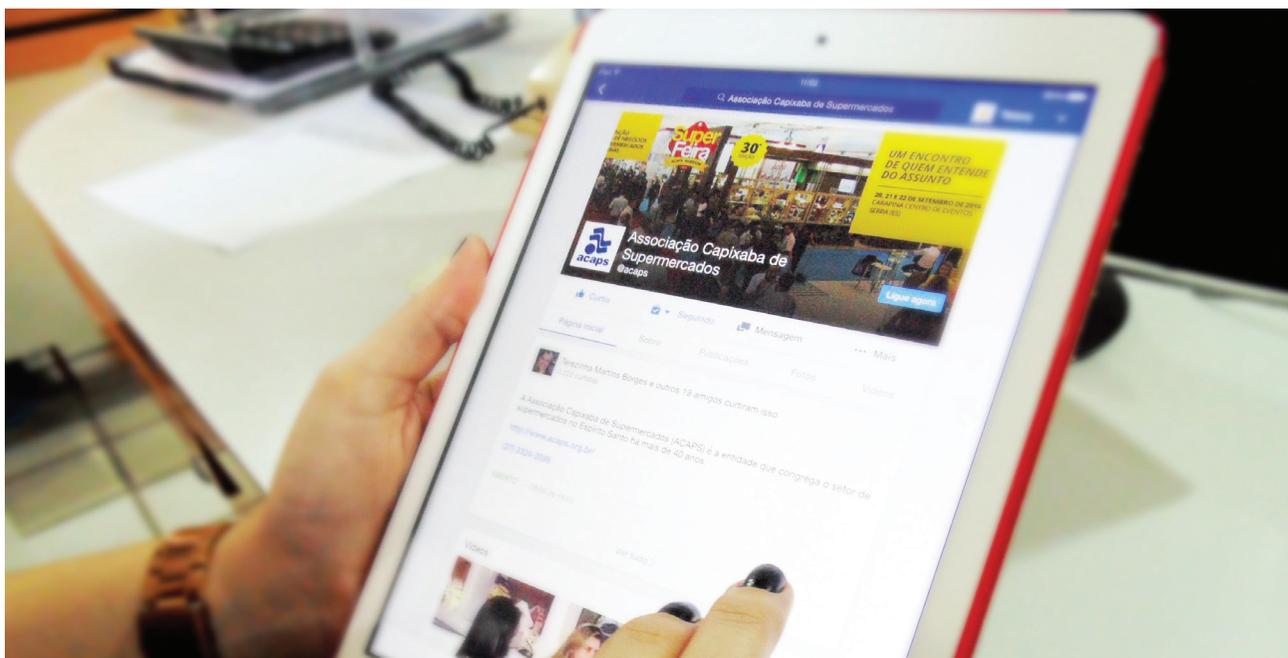
Para o publicitário e especialista em redes sociais, Tiago de Carvalho, um dos benefícios da utilização das mídias é a interação imediata com os consumidores. Segundo Tiago, relevância é a palavra de ordem nas mídias sociais, pois o usuário precisa se identificar com a mensagem e querer consumir o conteúdo.

UMA mensagem de impacto, aliada ao ambiente de interatividade, fomenta o engajamento do público e amplia a voz da marca

Tiago de Carvalho
Publicitário



“Tratando-se de ações promocionais, uma mensagem de impacto, aliada ao ambiente de interatividade, fomenta o



engajamento do público e amplia a voz da marca. Esse engajamento é medido em números precisos, que podem ser potencializados em uma próxima ação e assim por diante”, salienta o publicitário, que é Coordenador de Operações Digitais da Boomerang Inteligência.

Usuária das mídias sociais, a rede de supermercados Schowambach, com 03 lojas na Grande Vitória, publica constantemente o resultado de suas promoções nas mídias, colocando a marca da empresa em evidência em um canal interativo, que permite ao consumidor maior proximidade com a empresa.

Uma das promoções do Schowambach que foi destaque nas redes foi a “Mamãe Relâmpago”, que ocorreu no mês de maio e teve uma grande repercussão por conta dos vídeos com as ganhadoras enchendo o carrinho de compras. Os vídeos publicados na página da empresa no Facebook totalizaram mais de 20 mil visualizações.

Que as mídias sociais são uma ótima ferramenta de comunicação, isso é inegável. Entretanto, é preciso que os supermercados saibam utilizá-las, tomando alguns cuidados. “O planejamento é essencial. Entender para quem e como entregar a mensagem pode definir o sucesso de uma ação promocional nas mídias sociais”, explica Tiago.

Cuidados para divulgação nas redes sociais

- 1 - Muita atenção ao tom da comunicação, evite temas que podem causar desconforto aos seguidores.
- 2 - Verifique se a mensagem possui aderência ao público e se está alinhada com o posicionamento da marca.
- 3- Transparência e disponibilidade são requisitos primordiais.
- 4 - Fique atento às políticas de privacidade e regras de comunicação de cada rede.

Contribuição:
Tiago de Carvalho – Boomerang Inteligência

Quais são as perspectivas para o ano de 2017?

ANUNCIADAS novas medidas governamentais para retomada do crescimento da economia brasileira, perguntamos à representantes de diferentes setores econômicos capixabas sobre as expectativas para 2017. Apesar de uma certa cautela, os entrevistados demonstraram que novos investimentos e o ressurgimento da confiança do mercado podem trazer um ano promissor. Confira abaixo, o que as lideranças esperam:



Liemar José Pretti
Presidente do Transcares

“Sempre pensamos positivo, olhando o cenário com uma visão mais realista e observando o cenário político, que infelizmente tem

sido o grande responsável pelas mazelas desta recessão, acreditamos em um 2017 de economia lenta, com um crescimento modesto e com ótimas perspectivas para uma retomada no crescimento.”



José Lino Sepulcri
Presidente da Fecomércio

“Esperamos que no ano que vem o cenário econômico apresente melhoras em relação a 2016 e promova a recuperação dos setores

produtivos. Acreditamos que essa recuperação será gradativa. As últimas pesquisas com os empresários do comércio mostram uma melhora na confiança para os próximos meses, o que aumentará a disposição dos comerciantes em investir e contratar. O desafio do comércio hoje é recuperar a confiança do consumidor.”



João Tarcício Falqueto
Presidente da Acaps

“Estamos confiantes em um 2017 com melhores índices econômicos. A confiança do setor de supermercados capixaba pode

ser demonstrada com os investimentos já anunciados por empresas locais. Lojas serão abertas e reformadas, injetando recursos na economia e criando novos empregos. Mas para que a recuperação seja duradoura é preciso enfrentar os problemas estruturais do Brasil, fazendo o ajuste fiscal e as reformas necessárias à modernização de nossa economia.”



Marcos Guerra
Presidente do Sistema Findes

“O ano de 2017 será desafiador, exigindo esforço para manter nossas empresas enxutas e planejamentos de curto prazo. Infelizmente, a população e os empreendedores

ainda não estão certos de que as reformas imprescindíveis para o país serão realizadas. Só com maior solidez política e econômica poderemos voltar a crescer.”



Idalberto Luiz Moro
Presidente do Sincades

“Para 2017 as perspectivas são de crescimento significativo do nosso setor no Espírito Santo. Devem se instalar aqui, cerca de 40

empresas, mais os investimentos das que já operam no Estado. Com a economia se recuperando, devemos superar os 7% registrados em 2016.”



Júlio Rocha
Presidente da Fed. da Agricultura

“Aumentar a produção sempre com sustentabilidade, buscando a confiança e a preferência dos consumidores, em sintonia com

o comércio, notadamente a ACAPS, que tão bem representa os supermercados.”