

Lição de competitividade

Pequeno supermercado fluminense mostra que empresa de qualquer tamanho pode utilizar os conceitos de ECR

Os resultados do trabalho realizado pelo empresário Geraldo Aniceto, proprietário do Supermercado São Sebastião, de Barra Mansa (RJ), foi uma das atrações do 3º Congresso ECR Brasil, realizado nos dias 5 e 6 de agosto. De forma descontraída e com bom humor, Aniceto mostrou como adaptou conceitos de negócios de ECR para a realidade da sua empresa, uma loja de 450 metros quadrados e 4,5 mil itens comercializados, localizada na periferia da cidade.

Graças à automação e informatização da loja, Aniceto pode obter dados precisos sobre faturamento, quantidade de produtos vendidos e rentabilidade por item. “Com essas informações é possível não apenas melhor gerenciar os negócios, mas também aplicar conceitos como gerenciamento por categorias e reposição eficiente de mercadorias”, ressalta. “Depois de participar das reuniões da Associação ECR Brasil e esclarecer as minhas dúvidas, constatei que essas ferramentas de negócio estão ao alcance de qualquer empresa, independente do seu tamanho.”

Na área de vendas, adotou o ponto de vista dos consumidores para reorganizar as seções, iniciando com as de cuidados para bebês, higiene bucal, limpeza de banheiro e doméstica. “Em vez de avaliar produto por produto, começamos a estudar cada categoria como uma solução para os nossos clientes”, explica. “Os produtos passaram a ser agrupados de acordo com a sua função na casa das pessoas. Por exemplo, se um cordão de varal é usado na limpeza de roupa, por que ele está no bazar e não junto ao sabão em pó e ao amaciante?”



Divulgação

Seção infantil teve crescimento de 23%

Com base nesse raciocínio simples, promoveu mudanças, que provocaram resultados imediatos. Em apenas três meses (de abril a junho de 2002), a categoria de cuidados para bebês apresentou um aumento nas vendas de 23% em relação ao mesmo período de 2001, e a rentabilidade cresceu 40%. Na categoria de higiene bucal, as vendas aumentaram 12,5%, e a lucratividade, 18%. Na retaguarda, Aniceto adotou o conceito de reposição eficiente. Além de manter um controle informatizado para evitar o problema de falta de produtos nas gôndolas – e sobrando no estoque –, ele definiu um valor (quantidade) crítico que determina a necessidade de reposição do item ajustando-se à demanda real de sua loja. “Com essa medida, reduzimos os níveis de estoque de 30 para apenas dez dias”, acrescenta.