



Pequeno varejo com desempenho de grande rede

Com apenas 5 check-outs, supermercado aumenta faturamento com técnicas de ECR

Com cinco check-outs e 450 metros quadrados, o pequeno Supermercado São Sebastião, em Barra Mansa (RJ), apresenta resultados de causar inveja às grandes redes. Com a aplicação do gerenciamento por categorias e do conceito de “loja dentro da loja” (adaptado à sua realidade), a empresa aumentou as vendas nas categorias de limpeza e produtos para bebês de 15% a 20%. Com a frente de caixa e a retaguarda automatizadas, melhorou a gestão dos estoques e reduziu o nível de mercadorias de 30 para dez dias. E mais: o uso de um coletor de dados permite ainda pesquisar os preços dos concorrentes ou checar os valores dos itens comercializados em sua própria loja, com rapidez. Tudo isso para atender os consumidores das classes C e D de Vista Alegre, bairro de classe média baixa da cidade, a 140 quilômetros do Rio de Janeiro.

O trabalho desenvolvido atualmente pelo supermercado fluminense é um exemplo de que o uso de modernas metodologias não são privilégio apenas das grandes redes e podem ser plenamente aplicadas pelos pequenos varejistas. Atento às novidades e tendências, o proprietário do São Sebastião, Geraldo Aniceto, não perde a oportunidade de avaliar o potencial de uma ferramenta e adaptá-la ao seu negócio. “Não é por ser pequeno que vou ignorar o que há de melhor por aí”, afir-

ma. Para aprimorar o seu trabalho, desde setembro ele participa das reuniões do Comitê de Gerenciamento por Categorias da Associação ECR Brasil, envolvendo representantes da indústria e do varejo de todo o país.

Além da preocupação em se manter sempre atualizado sobre o que acontece no setor de supermercados, Aniceto credita os resultados que vem obtendo à automação da loja. Um software de gestão desenvolvido por ele próprio, ao longo de dez anos, gera todos os dados que alimentam o “cérebro” do supermer-

cado. Por meio do programa de computador é realizado o controle de praticamente todos os processos da empresa (desde o atendimento dos vendedores da indústria até o registro da

venda de cada produto no caixa, passando por gestão dos estoques, preços, contas a pagar e a receber etc.).

De acordo com o proprietário do São Sebastião, o software também é a base de implementação de novos conceitos, como o gerenciamento por categorias. “Ao processar os dados gerados pelos terminais de ponto-de-venda (PDVs), o programa me permite relacionar o desempenho de vendas de determinadas mercadorias em um mesmo ticket de compra. Com isso, é possível adequar preço, variedade de produtos e marcas de acordo com o perfil dos nossos consumidores” destaca Aniceto.

Faturamento das categorias de limpeza e cuidados de bebês teve aumento de até 20%



Geraldo Aniceto: idéias que se transformam em oportunidades de negócio

A partir dessas avaliações e análises, Aniceto vem tendo idéias que se transformam em oportunidades de negócios. Caso, por exemplo, da reunião dos produtos relacionados a cuidados para bebês e crianças (fraldas, xampus, sabonetes, mamadeiras e chupetas) em uma única seção. “Dispersos pela loja, o giro de itens como banheiras de plástico era quase nenhum. Reunidos em um local próprio, não só as suas vendas aumentaram como também a de outros produtos relacionados à categoria”, conta.

Não satisfeito, o proprietário do São Sebastião prepara o lançamento de um cartão de fidelidade próprio e desenvolve um novo sistema de cotação de preços via internet. “O vendedor do atacado não precisará mais vir até a loja. Basta acessar o site do supermercado e preencher um formulário com os produtos e preços solicitados. Se a compra for fechada, o pedido também é encaminhado via internet”, explica.