

Gestão por categorias permite conhecer e aproveitar oportunidades de alta do consumo

Aumento do tíquete-médio e de compra de "supérfluos" beneficia apenas supermercadistas cujas estratégias priorizam o hábito do consumidor

Pesquisa da LatinPanel revela que o consumo de iogurtes, bebidas à base de soja, sobremesas prontas, sucos e loções de pele, entre outros itens que normalmente não fazem parte da lista de compras das famílias de baixa renda, tiveram crescimento expressivo no ano passado e mantêm o ritmo em 2008. De acordo com o instituto de pesquisa, o aumento das despesas com produtos "mais elaborados" ocorreu porque os domicílios passaram a consumir produtos classificados como "supérfluos", ou seja, fora da cesta básica, em maior quantidade ou com mais frequência.

Os gastos com iogurte, por exemplo, aumentaram 32%, com bebidas à base de soja, 27%, com leite fermentado, 21% e com sobremesas prontas, 20%. Mas não foram apenas os alimentos que passaram a ser transferidos com mais frequência da prateleira para os carrinhos de supermercado. A compra de itens de beleza também cresceu: cremes e loções, 12%, e colônias, 5%. O estudo da LatinPanel mostra ainda que o tíquete-médio passou de R\$ 9,62 em 2006 para R\$ 10,51

no ano passado, e o gasto médio das famílias aumentou 4% na comparação com o ano anterior.

Se as notícias são excelentes para o varejo, o balanço de cada negócio vai mostrar quais redes ou lojas surfaram nessa onda de aumento de consumo e tiveram faturamento maior ou aumento das vendas das categorias que englobam os "supérfluos". Para aproveitar da melhor forma possível os movimentos do mercado atual, o supermercadista deve permanentemente acompanhar, bem de perto, a capacidade do "bolso" e o estilo de vida das pessoas em geral e do público da loja, em particular. O gerenciamento por categorias tem sido o principal instrumento utilizado por muitas das redes vencedoras, em todo o mundo, para captar essas informações e reagir em tempo às mudanças. A ferramenta de ECR possibilita adequar, de acordo com a necessidade, o sortimento e o ponto-de-venda como um todo, desde o layout e a ambientação até a exposição dos produtos. Neste caso, ela pode ter alterações ao longo de um único dia, da semana ou do

mês, de acordo com os frequentadores da loja.

A Associação ECR Brasil colocou à disposição dos supermercadistas, a partir do ano passado, o Manual de Gerenciamento por Categorias - Metodologia Simplificada, disponível para download gratuito no site www.ecrbrasil.com.br. O manual permite que se conheça o conceito, traz as recomendações necessárias para colocá-lo em prática e fornece o passo a passo para avaliar, implementar e monitorar todas as etapas de introdução do gerenciamento por categorias.

A entidade também tem uma programação de cursos sobre o tema - veja as próximas datas no site da associação - e, em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), abre as inscrições para o Programa Avançado em Gestão de Categorias, para formar executivos e profissionais para atuarem na área em empresas fabricantes ou em redes varejistas. Informações podem ser obtidas no site www.espm.br ou pelo telefone (11) 5081-8225.

