

BENCHMARKING

Sentindo o aperto

Estes são os resultados de vendas e lucro operacional do primeiro semestre de 2004 das principais redes de supermercados dos Estados Unidos.

1º semestre 2004	Vendas US\$ bilhões	2004/2003 %	Lucro operacional US\$ milhões	2004/2003 %
Kroger	29,9	4,4	646	(25,5)
Albertson's	18,8	4,6	524	(30,3)
Safeway	16,0	(1,8)	472	0,6
Ahold USA	11,8	(10,3)	536	(28,3)
Delhaize	7,9	6,6	428	32,9
A & P	6,0	7,0	117	1,4

Como os números mostram, a vida está difícil para todas as empresas. Tirando a inflação, o crescimento real de vendas é pequeno. O lucro, então, despencou. Analistas resumem o problema deste jeito:

Analistas resumem o problema deste jeito:

- Há um contínuo crescimento dos formatos alternativos, que dificulta aos supermercados a manutenção de

seu market share.

- Com redução de margens para competir e com problemas trabalhistas, o lucro está despencando.

Entre custos crescentes e pressão para preços mais competitivos, a vaca está indo para o brejo.

O número 1

A rede alemã Metro Group acaba de instalar o primeiro selfcheck-out híbrido do mundo. Em sua recém-inaugurada loja denominada Innovation Center, em Neuss, cidade próxima a Düsseldorf, a nova solução de check-out lê etiquetas de identificação em frequência de rádio (RFID) assim como código de barras.



A Innovation Center é uma loja projetada para desenvolver a tecnologia RFID no varejo. Um de seus objetivos é possibilitar testes de viabilidade desse sistema. O executivo responsável afirma que esta tecnologia fará o processo do varejo mais eficiente desde a distribuição até os check-outs".

O grupo marcou para novembro deste ano a introdução desse sistema nas operações das lojas Metro Cash & Carry, Real e Kaufhof.

Frase a ponderar...

"Duas coisas indicam fraqueza: calar-se quando é preciso falar e falar quando é preciso calar-se".

Provérbio persa

Por Antonio Carlos Ascar – Visite nosso site:
www.ascarassociados.com.br e-mail: aascar@uol.com.br

Fontes: Revistas LSA, Supermarket News, Distribuição Hoje, Progressive Grocer, Elsevier, Chain Store Guide, Food Chain Ásia, Speaks, Asian Retail Trade.

Cupons de desconto via Internet

A rede Food Lion, subsidiária do grupo multinacional Delhaize sediado na Bélgica e com mais de 1.200 lojas nos Estados Unidos, vai viabilizar cupons eletrônicos de desconto. Visitantes do site www.foodlion.com poderão selecionar e imprimir cupons para usar em compras nas lojas. A grande inovação é que, em vez dos clientes receberem um folheto de cupons, eles – pela Internet – só imprimem e usam os de produtos que querem comprar.

"Parte do nosso plano estratégico é encontrar novos meios de servir nossos clientes. Orgulhamo-nos de acompanhar as mudanças de estilo de vida dos clientes, e sabemos que a Internet tem importância crescente em suas rotinas", afirma Bill Thomas, diretor de marketing da Food Lion.

Whole Foods no Canadá

A maior rede americana de supermercados especializados em produtos orgânicos e naturais vai abrir sua segunda loja no Canadá. A primeira, em Toronto, tem sido um grande sucesso. Daí a decisão de abrir outra agora no mercado de Vancouver, com 3.500 metros quadrados de área total.



Irá competir com uma rede local, a Capers, que curiosamente pertence à americana Wild Oats, a segunda maior rede americana neste segmento.

A briga agora vai acontecer também no mercado canadense.

Você sabia que...

A rede americana de discount e supercenter Target, forte concorrente do Wal-Mart nos Estados Unidos, está estudando atravessar o Atlântico? Pois é, pretende comprar, nada mais nada menos, que a inglesa J. Sainsbury, com vendas anuais superiores a US\$ 30 bilhões.