

## Benchmarking

### Como estão os clubes atacadistas

Compare as três maiores redes de clubes atacadistas americanas.

**Costco** – Opera no norte e no oeste do país. Seu foco é o

comprador das classes média e alta. **Sam's** - Foco nas grandes famílias e nos pequenos negócios. Opera no centro e no sul do país.

**BJ's** - Atenção concentrada nas famílias de classe média. Operação concentrada no leste americano.



Vendas em dólares	Costco	Sam's	BJ'S
Venda média mensal	9.980.000	6.370.000	4.140.000
Número de lojas EUA	433	558	161
Venda total/ano	51,9 bilhões	42,7 bilhões	8,0 bilhões
Área de vendas média	10.200 m <sup>2</sup>	9.500 m <sup>2</sup>	8.300 m <sup>2</sup>
Venda média por m <sup>2</sup>	978	670	500
Início de atividade	1976	1983	—

Há hoje cerca de 1.200 lojas no país. A expansão foi rápida até chegar a 800 lojas. Nos últimos anos tem sido menos acelerada.

## Pelo bem da história



Em 1954, Gerry Thomas, que trabalhava na Swanson & Suns, subsidiária da Campbell Soup Company, teve uma idéia para aproveitar a carne de peru congelada que sobrava do feriado

de Ação de Graças. Ele embalou a carne de peru, com ervilhas congeladas e batatas doces, numa bandeja de alumínio com três divisões para os alimentos. A bandeja era retirada por inteiro da embalagem, ia diretamente ao forno e também servia de prato. O nome dado ao novo produto foi "TV Dinner" e foi originalmente vendido por 98 centavos de dólar.

O sucesso foi tamanho, que a estimativa de vendas de 5.000 unidades foi superada pela venda de 10 milhões no primeiro ano de produção. O nome TV Dinner virou sinônimo de refeição rápida e o espelho da vida acelerada e da praticidade americana.

Por Antonio Carlos Ascar – Visite nosso site: [www.ascarassociados.com.br](http://www.ascarassociados.com.br) e-mail: [aascar@uol.com.br](mailto:aascar@uol.com.br)

## Ataque de frente

Prevenção de perdas é o tópico do momento no mundo supermercadista. É o melhor caminho para o crescimento do lucro final. Vejam aqui quais são os pontos mais importantes que um programa de prevenção de perdas deve conter.

**1- Antecipe-se.** A prevenção só ocorre quando a perda deixa de acontecer. Implemente programas de mudança de comportamento dos seus colaboradores. E tenha formas de medir os resultados.

**2- Cooperação.** Incentive a boa relação entre o pessoal das lojas e do departamento de prevenção.

**3- Invista.** A área de perecíveis é o espaço de maior possibilidade de redução de perdas. Invista nela.

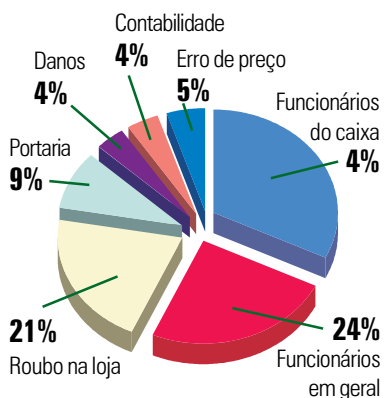
**4- Gente.** A tecnologia pode ajudar, mas você sempre dependerá dos seus colaboradores.

**5- Padronizar.** Dê atenção especial a programas de padronização de conduta e de treinamento para o pessoal dos caixas.

### Lembrete

No dia 3 de agosto, no Auditório da Abras, em São Paulo, será realizado um evento sobre prevenção de perdas. O evento começa às 14 horas e será uma interessante oportunidade de você aumentar um pouco mais seus conhecimentos sobre o assunto. Mais informações, pelo telefone (11) 3838-4517.

### Este é o resultado da pesquisa anual feita nos Estados Unidos "Onde estão as perdas?"



## Frase a ponderar...

"If you think education is expensive..., try ignorance."  
 "Se você pensa que educação é caro..., tente ignorância"  
 (W Bok)