

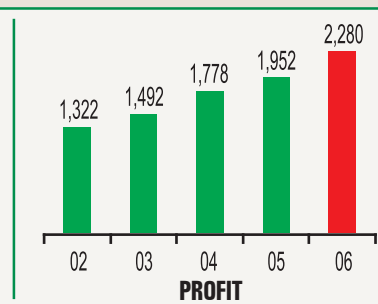
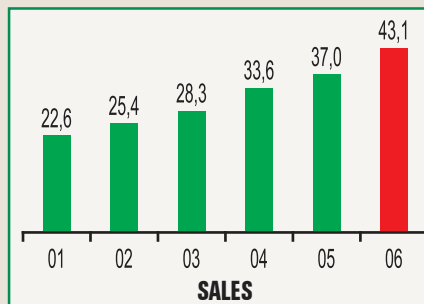
Benchmarking

Tesco por excelência

Esta é uma rede modelo que pode ser usada como Benchmarking por sua excelência. Nos últimos três anos, cresceu 56% em vendas, chegando a 2006 com 43,1 bilhões de euros.

De sexto, passou para terceiro maior varejista de alimentação do mundo, atrás somente do Wal-Mart e do Carrefour.

Com sede na Inglaterra, opera em 12 países e tem 450 mil funcionários. De suas 3.262 lojas, 1.988 estão no Reino Unido. Seu lucro líquido, antes dos impostos, foi de 2,3 bilhões de eu-



ros, equivalente a 5,3% de suas vendas.

No biênio 2007/2008 a Tesco planeja abrir mais 574 novas lojas. Esse desempenho está alicerçado em seu "core purpose" Criar valor aos consumidores e conseguir a lealdade deles. E seus valores são Esforço

total pelos consumidores. Trate todos como quer ser tratado.

Vejam o crescimento constante dos seus resultados em vendas ("sales") e em lucros ("profit"), em bilhões de libras esterlinas.

Pelo bem da História

Borough Market é um dos mais antigos mercados a céu aberto de Londres e um dos maiores mercados de alimentos do mundo. Está situado na capital inglesa, numa rua de mesmo nome, apesar de ter mudado diversas vezes de endereço, desde sua criação, em 1276.

Historicamente, foi um mercado de frutas e verduras. Mas nos últimos anos tem adicionado barracas com diversos outros produtos, inclusive alimentos especiais.



Isso aconteceu em grande parte devido à nova imagem que vem adquirindo, promovido por "chefs de cozinha" britânicos. Pela sua beleza, tem servido de set para filmes como O Diário de Bridget Jones e Harry Potter.

Supermercados ainda são primeira opção

Os consumidores americanos estão comprando alimentação em diversos formatos de loja. No entanto, têm a sua loja preferencial, que usam sempre como primeira opção.

Nesse assunto, os supermercados estão perdendo espaço: hoje, 61% dos consumidores usam esse formato como primeira opção, percentual que era de 67% em 2005.

Por outro lado, os hipermercados ganham espaço: saíram de 22% de participação, em 2005, para 24% neste ano, segundo pesquisas do FMI.

Whole Foods inovando

No mês passado, em Nova York, fiquei encantado ao visitar a nova loja da rede na Columbus Circle, ao lado do Central Park.

Foi muito bem projetada para as características da cidade. Inovaram com uma só fila de clientes para todos os check-outs (como nos check-ins dos aeroportos).

Parece que os nova-iorquinos gostaram e estão se convencendo de que, mesmo que a fila seja grande, o tempo de permanência nela é menor.

O sistema tem se mostrado eficiente: longa fila, com curta duração.

O restaurante-lanchonete da loja é espetacular para uma cidade que sempre almoça fora de casa. O forte da loja são os perecíveis e o que mais sabem vender: saúde.



Frase a ponderar...

"Nunca deixe a verdade atrapalhar uma boa história." Ditado texano

Você sabia que...

Há 70 anos os então pequenos supermercados americanos tinham em seus estoques cerca de 900 itens? Hoje, eles operam com aproximadamente 24 mil itens.