

Discounters X Urban Stores na Espanha

De um lado os Discounters (lojas cujo apelo é só preço) Plus, Dia, Lidl, Aldi, entre outros, que oferecem preço e um sortimento limitado de produtos. Crescem com as crises econômicas e já operam com 10% do mercado alimentício espanhol. Do outro lado crescem as Urban Stores (lojas urbanas onde há concentração de gente), como o Carrefour Express,



Simply Market, Dia Market, Maxi Dia ou Bon Preu Market, que oferecem uma boa relação entre proximidade, qualidade, preço e serviço, portanto, uma solução diária de alimentação. Os dois lados querem ser a próxima geração de supermercados. O momento parece ser das "pequenas superfícies de venda" na Espanha, e talvez no mundo.

Benchmarking

Espanha mostra sua vocação varejista

O ano de 2007 foi muito proveitoso para as redes supermercadistas espanholas. Vejam alguns exemplos: MERCADONA, rede valenciana, vendeu no ano 21 bilhões de dólares com lucro líquido de 504 milhões, 39% maior do que em 2006. EROSKI cresceu com a compra de 75% da rede catalã CAPRABO, tendo vendido 11,5 bilhões, quase 20% a mais do

que em 2006, com lucro de 310 milhões, correspondente a 2,7% das vendas. CARREFOUR é na Espanha uma rede que cresce com multiformatos. Carrefour Express, Dia%, Dia Market, Maxi Dia são suas alternativas aos seus 150 hipermercados, tendo também adquirido em 2007 183 lojas da rede alemã PLUS.

Supermercado como segunda loja

Das lições de Las Vegas e Phoenix, apresentadas na última edição, uma delas era o desaparecimento do conceito de segunda loja para compras.

Se é verdade que este conceito tende a desaparecer, ou melhor, vai ser menos usado, a "Primeira Loja", aquela onde os clientes compram a maior parte de seus alimentos, será muito mais utilizada.

E aí a coisa está preta para os médios e convencionais supermercados.

Em 2005, 67% dos americanos usavam os supermercados como primeira loja.

Em 2008 esse percentual já caiu para 60%. Os que ganharam espaço foram os Supercenters, as Lojas de Sortimento Reduzido e os Supermercados Especiais, como os focados em produtos orgânicos (mais detalhes na próxima edição).

Frases a ponderar

Você nasce sem pedir e morre sem querer. Aproveite o intervalo. (V. Rossi)



email: aascar@uol.com.br
www.ascarassociados.com.br

Pelo bem da História



Hashi, aqueles pauzinhos que nós usamos para comer comida japonesa, são na verdade originários da China, onde são usados há milhares de anos. No começo, os chineses usavam galhos, e aos poucos foram sendo aprimorados para os pauzinhos que conhecemos hoje. A popularização deles se deveu também ao grande filósofo chinês Confúcio, que sendo vegetariano e pacifista, achava que facas eram objetos violentos demais para serem usados na mesa.



Você sabia que...

...fevereiro é o Mês de Devolver Carrinhos para os Supermercados nos Estados Unidos? A idéia é de Anthony Dinolfo, um dono de supermercado americano cujos carrinhos sempre eram levados, ou roubados, e apareciam nos lugares mais estranhos possíveis. Naquele país, mais de dois milhões de carrinhos desaparecem dos supermercados todos os anos.