

Biblioteca Centro de Memória - UNICAMP



CMUHE037793

MUDANÇA de hábitos salva supermercados: os pequenos supermercados diversificam a sua atuação no mercado. A Tribuna, Campinas, 13 abr. 1997.

Mudança de hábitos salva supermercados

Os pequenos supermercados diversificam a sua atuação no mercado

Conveniência, do latim *convenientia*, interesse, vantagem, proveito. Esta palavra desconhecida até pouco tempo tornou-se o diferencial para pequenos mercados e supermercados. Em 1995 as empresas de supermercados menores faturaram 48% mais do que no ano anterior, contra 30% obtidos pelas grandes redes. A causa, sem dúvida, foi a conveniência que as lojas menores garantiram aos consumidores. Proximidade, preços relativamente estáveis e atendimento personalizado são conveniências que oscilaram a balança a

favor dos pequenos e supermercados.

“Nosso grande diferencial é o atendimento”, ressalta o proprietário do supermercado Galassi, João Galassi. Situado entre dois hipermercados, o Supermercado Galassi aposta no atendimento personalizado para garantir sua clientela. Galassi, que também é diretor regional da APAS (Associação Paulista dos Supermercadistas), frisa que “o grande desafio do varejo é atualizar sua mão-de-obra”. Ele explica que a saída é oferecer cursos aos funcionários para atender os consumidores cada

vez mais exigentes.

Com a estabilização monetária, o preços nos hipermercados e supermercados não apresentam mais grandes diferenças. Na análise de Galassi, este também foi um importante fator para aumentar o faturamento dos pequenos e supermercados. As empresas de supermercados que operam com mais de 70 mil metros quadrados de área de venda, ou seja, as que possuem mais hipermercados, deixaram de faturar R\$ 660,5 milhões em 1995. Trata-se de uma perda equivalente a 2,435 de participação no mer-

cado composto pelas 2.344 lojas pesquisadas.

A qualificação da mão-de-obra, a entrada dos importados e a automação também contribuíram para aproximar os hiper dos supermercados. “A informática colabora para diminuir os prejuízos e também é possível avaliar o tempo médio do cliente dentro da loja”, explica Galassi. No início era o freguês, depois passou a ser o cliente, e agora o consumidor é o astro, o Deus que garante com a benevolência da moeda forte a sobrevivência de todos.

Os pequenos supermercados diversificam a sua atuação no mercado



Qualificação da mão-de-obra, informatização e melhoria no atendimento garantem estabilidade para supermercados como o Galassi