

VAREJO

O supermercado com "C" de consumidor

CLAUDIO CZAPSKI

Há quase quatro anos, mais de 300 executivos - das maiores empresas brasileiras da indústria, supermercados, varejo em geral, atacadistas e distribuidores - estão transformando a cadeia nacional de abastecimento, colocando em prática as ferramentas da Resposta Eficiente ao Consumidor, conhecida também como ECR (do inglês Efficient Consumer Response). Até agora, 30% da cadeia de abastecimento já aderiu às tecnologias de ECR, gerando economia de US\$ 1,5 bilhão. Mas o potencial de economia é de US\$ 4,5 bilhões.

Os resultados, concretos e mensuráveis, mostram processos otimizados, empresas eficientes, custos operacionais identificados e analisados, ganhos financeiros derivados da redução de estoques e bens físicos, aumento de vendas e, é lógico, um consumidor melhor atendido a cada dia.

A Associação ECR Brasil, responsável por essa verdadeira revolução envolvendo todos os elos da cadeia de abastecimento, tem oferecido o apoio e o suporte necessários para que mais empresas brasileiras - pequenas, médias ou grandes - tenham a possibilidade de conhecer e, principalmente, aplicar as ferramentas hoje vitais ao sucesso: Gerenciamento de Categorias, Custeio Baseado em Atividades, Reposição Eficiente, Comércio Eletrônico, Processos Financeiros e Padronização. A meta, pautada na disseminação dessas práticas, é fazer com que nos próximos dois anos, 60% de toda a cadeia esteja praticando ECR.

Numerosas lojas de atacadistas e varejistas em todo o País já promoveram mudanças significativas em função da ECR, e o consumidor tam-



bém começa a notar essas diferenças. O grau de integração entre indústria e varejo está possibilitando ao consumidor encontrar sempre o produto que procura, de forma rápida, eficiente e com qualidade e com preço menor. Isto é ECR.

Porém, o consumidor não imagina que cada compra efetuada gera automaticamente uma série de procedimentos, com reflexos imediatos na indústria, atacadista e distribuidor.

Nas lojas em que a Resposta Eficiente ao Consumidor já é realidade, há uma grande preocupação com o abastecimento contínuo, controle de estoques, procedimentos financeiros para pagamentos e com o comércio eletrônico como forma de integração com parceiros. Nesses estabelecimentos, o problema da falta de mercadorias nas gôndolas vem diminuindo substancialmente, as-

sim como os estoques e custos logísticos. Encontrar todos os itens da mesma categoria (exemplos: pastas de dente, escovas e fios dentais e produtos para higiene bucal; mercadorias para café da manhã; materiais e produtos para churrasco etc.) no mesmo corredor não é só uma estratégia para aumentar o desempenho das vendas, mas uma ferramenta eficiente que cria diferenciais competitivos, facilita a vida do consumidor e, de quebra, ainda possibilita conhecer profundamente o seu comportamento, preferências e hábitos de compra.

Nas lojas onde as estratégias da ECR não se resumem apenas ao pensamento de vender mais, mas sim vender o que é mais importante para o consumidor e com isso conseguir sua fidelização, as informações do varejo são transmitidas em tempo real ao fabricante, que, por sua vez, programa de forma ágil a entrega das mercadorias.

Esse nível de detalhamento demonstra o quanto tem sido árduo o trabalho de implantação da ECR, que exige os mais modernos recursos tecnológicos, de informática e transmissão de dados e essencialmente o engajamento de toda a organização. As ferramentas da ECR, sem dúvida, transformam profundamente não só os processos internos de toda a cadeia, mas, em especial, a cultura das empresas, que se tornam realmente parceiras. Eficiência em todos os estágios significa ganho para todos e, o mais importante, respeito ao consumidor.

► **CLAUDIO CZAPSKI** é superintendente da Associação ECR Brasil.

MARKETING & ALIMENTOS

Marketing e Serviços de Alimentação III

MARCOS FAVA NÉVES

Nos primeiros dois artigos desta série sobre serviços discutimos aspectos ligados a dimensões deste setor de alimentação fora do lar, de grandes tendências e já elencamos algumas oportunidades. Que outras oportunidades existem para nossos restaurantes, redes de fast-food, refeições industriais?

Além dos já citados, outros aspectos são os horários de abertura, dando maior flexibilidade e aumentando o prazer das visitas, tal como o fast-food imitador para oferecer café da manhã e mais serviços e entretenimento dentro das lojas. Ocupar os locais em outros horários que não os tradicionais, podem levar estas lojas do setor de serviços de alimentação a entrarem no mercado de "eventos de trabalhos/reuniões de empresas", entre outros. Também uma oportunidade é oferecer serviços de buffet fora do local original, seja para eventos, festas ou comemorações de empresas, indo em residências, organizar o evento e valorizando-o através da divulgação da sua marca, bem como ampliar o leque de produtos no local dos serviços, para que compras por impulso possam ser feitas, e o consumidor possa levar algo além de comer no local. Notícia recente no setor dá conta que o McDonald's passará a vender alguns de seus produtos com marca em outros canais de distribuição, tal como supermercados, por exemplo.

O carinho no atendimento (dos proprietários e funcionários) é um dos principais fatores de diferenciação, uma vez que mais de 4 em cada 5 consumidores americanos (talvez o mesmo no Brasil) escolhem o restaurante devido a indicação da família ou amigos (o famoso boca-a-boca). Construir e fidelizar uma clientela é um enorme desafio. Porém, uma vez feitos, são os principais geradores de caixa da empresa.

A individualização dos consumidores faz com que praças de alimentação sejam uma oportunidade, compartilhando custos de mesas (em comum), segurança, limpeza e outros serviços. A família sai para comer, e cada um escolhe o que quer, sentando todos juntos.

Para as empresas provedoras destes agentes, sejam indústrias de alimentos e bebidas ou produtores rurais, o importante é perceber que este é um canal de distribuição crescente para seus produtos. Já ocupa 2% do valor total gasto com alimentos no mundo. Deve-se organizar divisões para atendê-los, pois a especificidade é diferente. Trata-se de investimentos específicos para estas novas relações contratuais, onde cabem certificações e outros controles de qualidade. Estas empresas podem acabar depois incorporando produtos que anteriormente eram feitos sob medida para os serviços de alimentação à sua linha de produtos, disponibilizando-os

aos consumidores em outros formatos de distribuição.

Além disso, existe grande espaço para crescimento de empresas supridoras dos serviços de alimentação. Este espaço é muito maior do que o Brasil ou o Mercosul. Com o novo mundo globalizado, e com os competitivos custos de produção do agronegócio brasileiro, empresas de alimentos e bebidas precisam investir na construção de relações com o setor de serviços de alimentação mundial, fornecendo produtos para as redes de fast-food, para cateters e outros formatos de food-service. Estes, que precisam variar cardápios, poderiam chegar para os trabalhadores de uma metalúrgica no Vale do Ruhr (Alemanha), numa grande terça-feira de março e oferecer o dia da "refeição brasileira", acompanhado de um chorinho ou bossa-nova nos alto-falantes...

Trata-se de importante espaço para conquistarmos e ajudar na incessante batalha pelo nosso aumento das exportações.

► **MARCOS FAVA NÉVES** é professor doutor em Marketing no curso de Administração da FEA/USP (Ribeirão Preto), coordenador do MBA Marketing da Fundação de Amparo à Pesquisa - Programa de Estudos dos Negócios do Sistema Agroindustrial, da USP. (Email para comentários: pensaf@usp.br ou www.usp.br/favp).

MERCADO

Agronomia e homeopatia

ANTONIO DE OLIVEIRA LOBÃO

Com a publicação da Instrução Normativa nº 7, do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, que dispõe sobre as "Normas para a produção de produtos orgânicos vegetais e animais", em 19 de maio de 1990, criou-se, automaticamente, mais um ramo de atividades dentro da carreira agrônoma, que vai exigir dos agrônomos alguns conhecimentos diferenciados daqueles que se aprendem, atualmente, nas Escolas e Faculdades de Agronomia do país e do exterior.

A referida "Instrução Normativa" é o resultado da exigência de um mercado crescente, as significativas sugestões nacionais e internacionais e o aumento da produção de alimentos orgânicos de origem vegetal e animal.

Pelos sistemas ecológico, biológico, biodinâmico, natural etc. deve haver "eliminação do emprego dos agrotóxicos e outros insumos artificiais tóxicos, organismos geneticamente modificados-OGM/transgênicos ou radiações ionizantes em qualquer fase do processo de produção, armazenamento e de consumo".

Dentre as medidas a serem adotadas contra doenças fúngicas e pragas no sistema de produ-

ção vegetal, a homeopatia é citada como uma conduta aprovada. Para os produtos de origem animal é estabelecido como condutas desajustadas além da Homeopatia, a Fitoterapia e a Acupuntura.

O controle e erradicação de doenças e pragas na agricultura convencional é, na maioria das vezes, baseada no uso de produtos químicos que atacam os agentes causadores do mal nas plantas.

Na homeopatia, usa-se soluções não moleculares (energéticas) com o objetivo primordial de obter a melhoria das defesas orgânicas naturais dos seres vivos. Na Agronomia, essa técnica vem ao encontro da teoria da "trofobiose". José A. Lutzenberger, no Apêndice 2 do livro "O Futuro Roubado" de Theo Colborn, Diame Dumanski e John Peterson Myers, I&P M Editores, 1997, pag 301, diz: "Francis Chaboussou, um pesquisador francês no INRA (Institut National de la Recherche Agronomique), em seu livro propõe a teoria da trofobiose. Em sua expressão mais sucinta esta teoria diz que o parasita morre de fome na planta sã".

Os primeiros trabalhos experimentais sobre

o uso da homeopatia na Agricultura já tiveram início. Vários engenheiros agrônomos, trabalhando como autôditas na área de homeopatia, geralmente assessores por profissionais homeopatas de outras áreas (medicina veterinária, medicina, farmácia e odontologia), têm apresentado seus trabalhos nos diferentes encontros realizados por vários Estados do país.

Até o presente momento, foram realizados dois "Seminários Brasileiros sobre Homeopatia na Agropecuária Orgânica" e três "Seminários sobre Homeopatia na Agricultura Orgânica".

Os resultados das primeiras pesquisas são promissoras, mas necessário se faz formar o "Engenheiro Agrônomo Homeopata", para que ele possa, com muito mais liberdade de ação, exercer, com desembaraço, essa sua nova atividade.

► **ANTONIO DE OLIVEIRA LOBÃO** é médico veterinário (UFMG), homeopata (IBEH), mestre (USP), pesquisador científico VI (IZ-SAA) e coordenador da Medicina Veterinária do Instituto de Homeopatia Samuel Habermann-Piracicaba

CARTAS

Que homem é esse?

"Seu nome é Paulo de Castro, foi comandante da Guarda Civil de Piracicaba durante quase 8 anos. Quando conhecemos um comandante que lida com segurança, temos a ideia de ser uma pessoa rígida em suas atitudes e sentimentos.

Era uma pessoa severa, sim, mas em seus princípios de respeito aos seus guardas e às pessoas que o conheciam. Passava esses princípios através de ensinamentos e principalmente da sua postura e exemplo de vida.

Um homem estudioso e praticante da espiritualidade, que não tem medo de não só absorver para si como também passar para os muitos que tiveram a oportunidade de conhecê-lo.

Com certeza, sou porta-voz dos muitos amigos que um dia tiveram o privilégio de aprender e despertar para a consciência do real sentido da vida através dos estudos da Teosofia.

Essa convivência fraternal com as pessoas que iam estudar Teosofia começou em Piracicaba com a abertura das portas da casa de Paulo e sua querida companheira Noely, que sempre, com muito carinho, gentileza e atenção, nos recebiam em todas as semanas.

A cada reunião satanões cheios de dúvidas, sim, mas com uma bagagem de conhecimentos enorme, que aos poucos iam se clareando e se consultando, fazendo parte da prática do nosso dia a dia.

Paulo foi um pilar dessa abertura para a espiritualidade em Piracicaba e também exemplo de comandante, onde através do seu trabalho priorizou o respeito do ser humano.

Todas nós ficamos um pouco órfãs com a sua ida para o andar de cima, guardas e amigos. Me sinto órfã também, pois considero Paulo e Noely os pais que me deram abertura através de seus exemplos e ensinamento da consciência espiritual em sua plenitude.

Paulo deixou luz e semente para muitas pessoas que conviviam com ele. Com certeza no andar de cima foi recebido com todas as honras e sentimental que teve direito, não como comandante da Guarda Civil, mas como comandante dos estudos da espiritualidade através da Teosofia, que não tem sobre fazer e viver.

Queria me despedir com abraço fraternal, meu e dos muitos que aqui represento, dizendo à minha querida Noely, Paulo e Cláudia que vocês terão, com certeza, em dobro a luz, a força e o respeito com que sempre souberam passar para todos nós, para amenizar um pouco o falta do nosso amigo."

Denise Helena Salles Simoni Toalari

Dívida externa

"O partido político deve ser uma ponte permanente, ligando o eleitor ao eleito, ponte de duas mãos, que os políticos atravessam, levando a mensagem dos eleitores, os quais solicitam o retorno dos primeiros, trazendo o cumprimento das promessas.

Por esta razão o Parlamentarismo é o melhor sistema político, pois se baseia na existência de partidos, responsáveis pelo cumprimento de programas pelos "gerentes", chamados "primeiros-ministros" escolhidos pela diretoria (governo) e o conselho de acionistas (parlamento).

A atual campanha de julgamento popular da dívida externa é a maior demonstração de como o povo se sente desamparado, sem um órgão de cobrança dos atos do governo.

José Benet, na sua coluna no jornal de Piracicaba de 06/09, teve comentários muito a propósito, sintetizando: A proposta de não pagamento da dívida externa, que estava "legitimada" por um plebiscito tendencioso, seria a tal de emenda pior que o soneto.

É, mas isto mostra a insatisfação do povo e o seu desespero, não sabendo para quem apelar. Pergunta-se a Fernando Collor, que está voltando a aparecer, o que aconteceu em certa viagem que fez ao Japão, e da qual voltou "murchado". Além disto, lembremos das tentativas "olíticas" do mesmo presidente de arrendamento da dívida externa, que resultaram infrutíferas.

Ora minha gente, se alguém ou alguma organização realiza empréstimos internacionais, a serem saldados por ações (atrás delas estão povos), deve ter uma garantia "muito sólida" de pagamento. Do contrário... não emprestaria.

Embora tal sistema possa ser difícil de entender e explicar, ele certamente existe, e muito forte!"

Lauro Faria

Obrigado enfermeiro

"As vezes me pego pensando o que seria do mundo sem a enfermagem. Seria que seria como hoje?"

Quando surtiu a medicina, ao lado estava a enfermagem, mesmo que esta tenha sido reconhecida há pouco mais de um século.

Naquele tempo, as pessoas que cuidavam dos enfermos eram irmãs de caridade e mulheres condenadas pelo fato de serem prostitutas, e não gozavam de nenhum respeito ou respaldo da lei, porém, a jovem Florence Nightingale, com imensa bravura, abandonou até mesmo a sua vida para cuidar dos feridos de guerra.

Hoje, pouco mais de um século, pouca coisa mudou: continuamos o caminho da jovem, sofrendo na pele os efeitos áridos desta profissão. O paciente nos é entregue nas piores condições em que um ser possa se encontrar. Às vezes somos pais, irmãos, amigos, psicólogos e até charlatões. É claro bons charlatões somos! Passamos ao seu lado noturno e mais noites em claro, incomodados os médicos, enfrentamos as burocracias do dia a dia, muitas vezes sem sequer um obrigado. Por um milagre de Deus, num passadinho de hoje, está o paciente recuperado. Sorridente, ao lado dos seus, e de nós: Obrigado enfermeiro.

Para ele não interessa se somos atendentes, auxiliares, técnicos ou enfermeiros.

Somos todos anos.
Responda-me, por favor:
Há no mundo prazer maior que esse?
Obrigado, enfermeiro!"

Sebastião Januário Alves

JORNAL DE PIRACICABA

Gerente Administrativo-Financeiro
Antonio Carlos Copatto

Editor Responsável
Joacir A. Cury (Mtb 18.391)

Editora Executiva
Angela M. Furlan Nolasco (Mtb 11.761)

Chefe de Redação
Rosemary Bars Mendez (Mtb 16.694)

Administração, Redação e Publicidade:
Av. Com. Luciano Galdino, 2825 - Cep 13.234-010 - Piracicaba - SP - Fone PABX (019) 430-4000
Fax: (019) 430-1111 (Administração) - (019) 430-4102 (Comercial) - (019) 430-4102 (Redação)
Filial: Rua Moraes de Barros 225 - Cep 13.400-356 - Piracicaba - SP
Fone PABX (019) 430-4000 - Fax (019) 430-4004
E-mail: eletronic@internet.piracicaba.com.br

Fontes de notícias: Agência Estado e Agência Brasil
Filiação: ANJ - ALAF, SINDJORNESP - AJP
Securial São Paulo: Av. Brigadeiro Para. Lima, 1451 - 11-01111 - Cep 01411-908 - São Paulo
Fone: (011) 210-9621 - Fax: Modem (011) 814-6369

Linha Direta com o Leitor
CAL - Central de Atendimento ao Leitor: DDG-0800-552555
Tronco-chave: 430-4000
Assinatura: 430-4010
Tele-retoque: 430-4020
Publicidade: 430-4100
Teleatendimento: 430-4040

"Não concordo com uma só palavra do que dizeis, mas defenderei até a morte o vosso direito de dizê-lo"
Voltaire