

GERENCIAMENTO POR CATEGORIAS: UM ESTUDO DE CASO NO SUPERMERCADO VAREJÃO DO GAGO

Marcelo José DIAS¹, Sérgio Ricardo MAGALHÃES²

¹Estudante de Administração / UninCor – e-mail: marcelo_fontedias@yahoo.com.br

²Orientador e Professor do Curso de Administração / UninCor – e-mail: sergio.magalhaes@unincor.edu.br

Palavras-Chave: Gerenciamento, Categorias, Supermercado

RESUMO

O presente estudo procurou demonstrar o Gerenciamento por Categorias enquanto ferramenta eficaz para o fornecedor e varejista. Trata-se de uma ferramenta do ECR (*Efficient Consumer Respose*), que tem como finalidade agrupar os produtos por categorias, buscando atender as necessidades do consumidor de forma eficaz. Para sua implementação e com o intuito de crescimento, a empresa deve seguir uma etapa do processo que inclui: a definição da categoria, papel da categoria, avaliação da categoria, cartão de metas da categoria, estratégias da categoria, táticas da categoria e implementação do plano. Neste contexto, utilizou-se de pesquisa bibliográfica pertinente ao assunto e de um estudo de caso. O Estudo de caso foi desenvolvido no supermercado Varejão do Gago, da Rede Smart de Supermercados, localizado na cidade de Contagem/MG. Efetuou-se uma pesquisa no período de junho à agosto de 2001, avaliando o lucro que a empresa em questão vinha obtendo na Categoria de Higiene Oral. Após a execução da pesquisa, tabulou-se os dados e verificou-se que no mês de junho sem a utilização do Gerenciamento por Categorias, o lucro bruto obtido foi abaixo comparando-se aos meses de Julho e Agosto de 2011, quando da implantação do Gerenciamento por Categoria. Neste sentido verificou-se que o Gerenciamento por Categoria possibilita maior lucratividade, redução de estoque, bem como uma melhor visibilidade para os clientes.