



Nível II: uma aposta rumo ao futuro

TEXTO BRUNO FARIAS

FOTOS: D.R.



Em mais um ano de consolidação, a rede Aqui É Fresco aposta forte na promoção e implementação da sua visão de futuro do comércio de proximidade: as lojas de Nível II. Um novo impulso na profusão de um parque de lojas mais moderno e apelativo, que reforça o nível de serviço prestado ao consumidor final. Uma nova etapa rumo ao futuro, com o seu parceiro de confiança.

O crescimento do comércio de proximidade não se revê só nos números apresentados pelas maiores consultoras do mundo. Não obstante ser o canal de comercialização que mais cresce em Portugal neste momento, o comércio de proximidade tem vindo a

evoluir também em termos qualitativos ao nível do serviço prestado. Uma resposta assertiva num momento adequado à conjuntura do mercado. Segundo dados Nielsen, este canal inverteu a tendência negativa que vinha a caracterizar a sua atividade ao longo dos últimos sete exercícios e, em

2015, regressou aos crescimentos, mais concretamente de 2,8%. Evolução consolidada em 2016 e neste arranque de 2017, com o período da Páscoa a mostrar este canal como o mais dinâmico de todos, com um crescimento de 5,6%, bem acima da média do mercado dos bens de grande consumo, situada nos 3,2%. *"O comércio de proximidade veio responder a várias vertentes da atualidade. Por um lado, o envelhecimento da população leva a que existam problemas de mobilidade. Simultaneamente, existem custos de transporte cada vez mais altos e também as dificuldades de poder de compra levaram os consumidores a fazer compras mais curtas, mas com maior frequência, o que veio valorizar os conceitos de proximidade. Nalgumas zonas, junta-se o contributo do turismo"*, analisa João Vieira Lopes, presidente da Confederação do Comércio e Serviços de Portugal (CCP).

Conceito valorizado e em crescimento, com o Aqui É Fresco a liderar este universo com 780 lojas aderentes, com Carla Esteves, gestora da rede, a não ter problemas em qualificar como a maior a nível nacional. Projeto que iniciou atividade em 2012, a partir da vontade de um conjunto de 13 empresas grossistas associadas da UniMark, no sentido de responder aos desafios que o crescimento da concentração do retalho em Portugal colocava aos comerciantes independentes. *"Passados três meses, tinha 514 lojas aderentes, tornando-se na maior rede de comerciantes portugueses. Hoje são 780"*, confirma Carla Esteves. *"Desde 2012 que, todos os anos, o saldo é positivo. Mesmo com o aparecimento de novas insígnias,*

O foco da rede é atingir, em finais de 2017, as 100 lojas de Nível II, potenciando, assim, a comunicação de loja e, conseqüentemente, as vendas

crecemos todos os anos".

Com uma abrangência muito ampla a nível nacional, e especial incidência a norte do Mondego, as lojas Aqui É Fresco são, de acordo com a gestora, de muita proximidade e direcionadas para a compra diária. E que se batem "taco a taco" com as insígnias principais em termos de preço. *"Já conseguimos a competitividade. Falta-nos a notoriedade. Daí o foco em chegar ao final do ano com, pelo menos, 100 lojas de Nível II, ou seja, com imagem Aqui É Fresco. Quanto maior for a comunicação nas lojas, maiores serão as vendas"*.

No entender de Carla Esteves, o consumidor está saturado de médios e grandes formatos, o que abre espaço para um desenvolvimento ainda maior do chamado canal tradicional. *"As lojas de proximidade estão a vender mais 6% que a média"*, sublinha.

PUB



avedol
soluções de espaços comerciais

**ZI Vale do Grou
Apartado 7
3754-908 Aguada de Cima
ÁGUEDA - PORTUGAL**

**T +351 234 660 030
F +351 234 660 031**

**www.avedol.pt
geral@avedol.pt**





É neste contexto que o Aqui É Fresco tem vindo a apostar num modelo de negócio que vai conduzir esta relevante insígnia para um novo patamar operacional e comercial, com benefícios para todos os aderentes. Um passo rumo ao amanhã no sentido de potenciar, ainda mais, a rede que regista já um total de 780 aderentes e que, todas as semanas, conta com novas adesões. De forma a fazer frente

aos desafios do futuro, a rede Aqui É Fresco apresenta uma estratégia comercial renovada, perfeitamente orientada e adaptada à realidade do mercado nacional, equacionada através de uma segmentação baseada em dois níveis de envolvimento distintos, com particular destaque para o Nível II de adesão à rede. A grande aposta de futuro, denominada Comércio Associado Evoluído, e que se apresenta como um nível de integração intermédio, com obrigações e contrapartidas mais elevadas que no nível básico, nomeadamente quanto à identificação da rede, imagem exterior e interior, sortido, planogramas, fidelização de compras, promoções especiais, topos promocionais, lançamento de novos produtos, sem esquecer a formação. *“Esta é a grande aposta de futuro da rede Aqui É Fresco: colocar em prática, de forma efetiva, o Nível II, onde já se assinala um maior*

compromisso para com a rede comercial, mas onde, igualmente, é disponibilizado outro tipo de contrapartidas, naturalmente distintas face ao nível básico de adesão”, explica Carla Esteves. Uma nova etapa na vida da rede de lojas associadas da UniMark, numa altura em que o comércio tradicional vive uma fase de vitalidade recuperada, com as mudanças nos hábitos de consumo a serem evidentes. O facto de, no nosso país, tendencialmente ambos os membros do casal trabalharem e das novas gerações não estarem predispostas a ocupar os seus tempos livres, e designadamente os fins de semana, a fazer compras veio contribuir para este novo impulso dado ao comércio de proximidade. Hoje, os “shoppers” querem conveniência, rapidez e produtos frescos e de qualidade. O preço não é o fator mais importante na hora de se decidir o local onde se fazem as compras, uma vez que, segundo o estudo “Global Retail Growth Strategies” da Nielsen, o valor percebido não decorre do preço. Os consumidores apreciam mais a qualidade/frescura dos produtos (57%), a localização conveniente das lojas (56%) e a disponibilidade do produto em stock (54%) do que, propriamente, o preço baixo. *“Esta é uma aposta no serviço e na notoriedade. Penso que o Nível II é uma meta atingível, não só atendendo ao capital humano hoje existente ao nível dos nossos parceiros de rede, como pelo entusiasmo latente com que o conceito foi acolhido por todos, grossistas e clientes. Razão pela qual estamos apostados na sua implementação, com este ‘update’ a ser um importante impulso para as nossas 780 lojas espalhadas de norte a sul do país e que trará ainda mais pessoas às lojas dos nossos parceiros, seduzidas pela qualidade dos espaços e dos preços competitivos, bem perto de si”,* denota Carla Esteves.

Proximidade, um “luxo” moderno e que procura dar resposta ao aumento do ritmo de vida dos portugueses, conjugado com o desejo de equilíbrio entre a vida profissional e pessoal (a sua primeira preocupação, segundo o Índice de Confiança Nielsen), faz com que exista uma maior procura pela conveniência. Ao que acresce a crescente urbanização. As Nações Unidas projetam que, em 2050, cerca de dois terços da população mundial vivam em áreas urbanas. Em

APOIO E CONTRAPARTIDAS LOJAS DE NÍVEL II

- Oferta do design da nova imagem da loja e da sua produção e implementação;
- Definição de um sortido base comum em produtos de marca de indústria (cerca de 450), de marca própria UP (cerca de 150) e Alteza (cerca de 50) e apoio na definição do sortido global da loja;
- Disponibilização de planogramas para as várias secções da loja, com diferentes soluções, consoante a área e a localização;
- Apoio regular de uma equipa de profissionais dedicados da central;
- Promoções especiais exclusivas;
- Negociação de topos promocionais com a indústria;
- Campanhas especiais de lançamento de novos produtos;
- Formação em gestão do ponto de venda e de pessoal;
- Formação em técnicas de definição de preços e margens;
- Manutenção e ampliação da dinâmica promocional, estando sempre atentos à concorrência e garantindo a competitividade dos aderentes da rede face à grande distribuição;
- Desenvolvimento de uma atividade promocional mais intensa e efetiva em produtos refrigerados e congelados;
- Garantir uma melhoria do nível médio de cumprimento de compromissos por parte das lojas (produtos em promoção, distribuição de folhetos, exibição de cartazes e destacadores, etc.).

2014, as cidades já acomodavam 54% da população mundial. Atento a esta realidade envolvente, o Aqui É Fresco aposta nesta visão do comércio de proximidade, com o Nível II a constituir uma nova etapa na promoção do sucesso das empresas retalhistas independentes. Dimensão que passa por um conjunto alargado de contrapartidas disponibilizadas pela central de serviços, que se entendem ser cruciais para o negócio dos seus clientes. Tais como a oferta do design da nova imagem da loja, a definição de um sortido base comum e apoio na definição do sortido global da loja, a disponibilização de planogramas para as várias secções, com diferentes soluções, consoante a respetiva área e a localização, o apoio regular de uma equipa de profissionais dedicados da central, promoções especiais exclusivas, negociação de topos promocionais com a indústria, campanhas especiais de lançamento de novos produtos, formação em gestão do ponto de venda, de pessoal e, por último, em técnicas de definição de preços e margens. Aspetos práticos de um conceito que se apresenta como moderno, dirigido e potenciador de uma melhor experiência de compra com toda a comodidade do retalho de proximidade.

Premissas base de um conceito de alma renovada que, para o que resta de 2017, apresenta objetivos muito claros. "Queremos manter e ampliar a dinâmica promocional, procurando sempre estar atentos à concorrência, de modo a garantir a competitividade dos aderentes da rede face à grande distribuição, com destaque para uma atividade comercial mais intensa, e

efetiva, em produtos refrigerados e congelados", sustenta a gestora de projeto da rede Aqui É Fresco. Objetivos aos quais se juntam, ainda, a melhoria do nível médio de cumprimento de compromissos por parte das lojas, assim como o envolvimento dos fornecedores parceiros na otimização da gestão dos lineares das lojas Aqui É Fresco. "Esta rede de supermercados de proximidade nasceu com o fito de ser uma ferramenta de trabalho útil para que os nossos aderentes possam fazer face aos desafios futuros. Um horário alargado, um ambiente apelativo de loja, disponibilidade de produtos de qualidade, tanto em perecíveis como em mercearia seca, equilibrado com uma oferta de marca de própria, podem ser alguns dos atributos chave para o sucesso. Isto a juntar à conveniência da proximidade e à competitividade do preço, creio estarem reunidas as condições para elevar a rede Aqui É Fresco para um novo patamar operacional. É com grande entusiasmo que temos levado a nossa proposta de valor aos nossos parceiros e a aceitação não poderia ter sido melhor. Somos, de facto, uma rede em pleno crescimento", conclui Carla Esteves.

Em 2050, cerca de dois terços da população mundial irá viver em áreas urbanas

PUB

 facebook.com/parmalatdagosto

Dá Gosto

receitas em
parmalatdagosto.pt

 parmalat



Ela é uma
cozinheira
em nata

Dê o toque que faltava.

