

FMI 2009: Diversos formatos, várias soluções

Comitiva da Abras visitou o tradicional evento FMI, dos Estados Unidos, que este ano teve novo formato, com foco em palestras

Comitiva da Abras composta pelo presidente Sussumu Honda, membros da diretoria da entidade e representantes de supermercados e da indústria visitou o FMI Show em outubro do ano passado, assistiu a várias palestras em Dallas e fez visitas técnicas a lojas de diferentes formatos dessa cidade e de Los Angeles (veja abaixo).

De acordo com o consultor de varejo da Abras, Antonio Carlos Ascar, as palestras foram focadas na gestão

dos recursos humanos, na carreira dos profissionais do setor e em suas experiências pessoais na condução de seus negócios, trazendo assim novos conceitos para os visitantes do evento.

No FMI Show, executivos e palestrantes destacaram como tendência a preferência dos consumidores por empresas mais humanas nas relações com seus colaboradores, clientes, comunidades e meio ambiente.

Los Angeles

Vons: Pertencente ao grupo supermercadista Safeway, terceira maior rede americana, com venda anual superior a US\$ 40 bilhões, a loja havia acabado de ser reformada.



Divulgação



Food 4 Less: Bem-sucedida rede de "Lojas Depósito" pertencente à Rede Kroger, tem 4,7 mil m² de área dedicada à alimentação, está localizada em um pequeno *Open Shopping Center* e é um excelente exemplo de *Hard Discount*.



Smart & final Extra: Fundada em 1871 como um atacado tradicional, em 1923 adotou o formato de Atacado em Autosserviço (*Cash & Carry*). Atualmente com 28 lojas, migrou para o Atacado de Conveniência e está caminhando para o formato de Loja Depósito de Conveniência.

Dallas

Walmart Neighborhood: O Walmart trabalha com a bandeira Neighborhood, que são lojas de 3,5 mil m², concentradas em alimentos. Suas 128 unidades têm vendas anuais de R\$ 4,78 bilhões de dólares, com venda média mensal de mais de US\$ 3 milhões por unidade.



Fiesta: Criada inicialmente com foco no público hispânico, hoje opera com 60 lojas, tem 7,5 mil funcionários, cresceu muito em qualidade e está concentrada em Houston (sede), Dallas e Austin. A loja visitada foi inaugurada em outubro de 2008.



Eatzi's: Com foco em soluções para alimentos, tem área de vendas de 600 m² e oferece tudo em perecíveis, comidas prontas ou para preparar em casa.