

Programa de padronização da EBC aperfeiçoa gestão de perfumarias

Atacadista de cosméticos já mantém rede de 60 lojas por meio do Beauty Point e pretende abranger mais 15

SÃO PAULO // Depois de um ano em atividade, uma perfumaria autônoma pode se integrar ao programa Beauty Point, da EBC Atacado de Cosméticos, cujo princípio é encaixar em mesmo padrão a aparência e o funcionamento da loja. Estabelecimentos ligados ao negócio verificam crescimento de 5% ao ano, em média. Atualmente, 60 lojas levam a marca do programa no Estado de São Paulo, concentrando-se na região metropolitana. A equipe gestora do Beauty Point espera que a rede cresça 25% e feche o ano com 75 lojas. Podem aderir os estabelecimentos que funcionam há pelo menos um ano.

“O que melhorou foi a perspectiva de um bom começo de loja”, disse o empresário Ricardo Uehara, dono de perfumaria. “O programa trouxe um ambiente mais claro, espaçoso e limpo”, afirmou. Uehara tem duas lojas, uma em Jandira e a outra em Itapevi, ambas no interior de São Paulo.

Desde que aderiu ao programa, o empresário tem contabilizado um crescimento médio de 5% por ano. Em Itapevi, a loja teve um aumento de quase 10% no lucro do ano passado, em relação a 2009, segundo Uehara, que paga mensalidades à EBC. “A

percepção do cliente mudou”, disse ele. O Beauty Point consiste na instalação de um *layout* padrão, na exposição de mídia e no rearranjo das gôndolas. “Um arquiteto refaz o desenho da loja e estuda a melhor disposição para os setores”, explicou a gerente do projeto, Marta Angelo.

Além de oferecer um arquiteto para trabalhar a parte visual e funcional das perfumarias, o programa Beauty Point disponibiliza uma equipe de consultores, com o objetivo de melhorar a gestão e o atendimento nas lojas.

Apesar do trabalho em parceria, o dono de perfumaria continua livre para comprar os produtos que quiser, ou seja, não deve exclusividade à empresa atacadista. “O lojista tem total liberdade de gestão. Nós apenas padronizamos a loja”, disse Angelo.

Origem

O programa foi lançado em abril de 2009, quando a EBC mobilizou um grupo de funcionários para desenvolver um projeto que fortalecesse o mercado de beleza e as perfumarias.

Fundada em 1997, a EBC Atacado de Cosméticos, por meio de uma loja de na capital paulista e um canal de televendas de alcance nacional, oferece cosméticos para pequenos e médios varejistas. São cerca de 15 mil produtos, que vão de itens de higiene e beleza a aparelhos elétricos e acessórios.