

A GESTÃO DE MARKETING DAS CASAS ENY



Disciplina de Estágio Supervisionado IV – Curso de Administração - UNIFRA

Preparado pela acadêmica: Renata Fogaça Scolari
Orientadora: Greice de Bem Noro

Nov/2007

INTRODUÇÃO

Devido as grandes mudanças em nível comercial, que estão derrubando antigos paradigmas existentes nos meios empresariais, pode-se considerar a globalização como o fator mais predominante. Os conceitos como as tradições que antigamente levaram muitas empresas ao sucesso já não têm grande importância, pois o que está determinando o rumo das organizações é a especialização em seus ramos de atividades e principalmente o conhecimento do nível de satisfação de seus consumidores para que as mesmas possam aprimorar seus serviços e produtos prestados com maior eficiência. Neste contexto, o sucesso da organização depende do conhecimento do mercado em que se atua. Isso resulta em um constante monitoramento acerca do meio ambiente: Consumidores, clientes, fornecedores, sociedade e governo. (COBRA, 1992).

Para tanto o presente estudo de caso teve como área de concentração de estudo a área de Marketing, e teve como objetivo geral analisar a área de marketing da empresa em estudo, bem como identificar os tipos de segmentação de mercado adotados pela empresa.

O desenvolvimento do estágio foi realizado junto à empresa Eny Comércio de Calçados Ltda que atua no ramo de comércio de calçados e acessórios. A empresa fundada no dia sete de outubro de 1924, inicialmente era uma pequena loja de calçados num espaço de quinze metros quadrados de área. Nos dias de hoje, a empresa se distribui numa rede de doze pontos-de-venda, com uma média de 400 mil clientes atendidos por ano. A empresa é reconhecida não só em Santa Maria, mas em todo Rio Grande do Sul.

O estudo justifica-se tendo em vista que o marketing esta ao nosso redor em todos os momentos de nossas vidas e compete a nós entendermos os seus mecanismos de funcionamento, desde sua teoria até a prática. Para tanto se faz necessário o estudo e a análise dos fundamentos e conceitos desta ciência que surgiu junto com as primeiras realizações de troca realizadas pelo homem pré-histórico e vem se aperfeiçoando e se lapidando no decorrer do tempo. É de relevante importância na formação acadêmica a possibilidade de realizar um estudo bastante importante no mundo dos negócios, e que é visto por muitos como indispensável às empresas que almejam obter vantagens competitivas no mercado altamente concorrido que se apresenta nos dias de hoje.

A EMPRESA

Em 1924, ainda sob os efeitos da Primeira Guerra Mundial, num ambiente pouco provável à abertura de novos negócios, Luis Andrade, um viajante, resolve criar uma loja de calçados masculinos e infantis na região central do Rio Grande do Sul. Na época, Santa Maria da Boca do Monte abrigava cerca de 22 mil habitantes e tinha na Rede Ferroviária sua principal fonte de subsistência.

Em 1925, para atingir uma região mais central, a loja de calçados é transferida para a esquina da Avenida Rio Branco e Silva Jardim. Com a mudança de endereço, o movimento aumentava com o passar do tempo e no terceiro ano de atividade, em 1927, o negócio começava a dar resultados. Neste mesmo ano, Andrade cria uma seção exclusiva de venda de calçados femininos, sendo "ENY" a primeira marca comercializada pela loja. Era fabricada pela firma Propício Cunha Fontoura, de Porto Alegre, considerada a mais elegante do estado, valendo-lhe a homenagem na atribuição do nome do ponto comercial. É a partir daí que começa a consolidação do slogan "Casas Eny - A mais barateira", dentro da filosofia proposta de "vender barato para vender muito".

O primeiro funcionário da Eny Calçados foi o jovem Salvador Isaia que, na época, tinha apenas 15 anos de idade. Sempre muito dedicado e interessado em descobrir novas oportunidades de negócios, cultivava, desde 1937, o hábito de visitar fabricas fazer e acompanhar pedidos e conversar com fabricantes.

A Casa Eny já revende, em 1930, todas as grandes marcas de calçados da época. A vinda de militares à cidade, impõe um novo conceito de elegância, conforto e bom gosto. Isto influenciou o mercado local e favoreceu as vendas de Luiz Andrade. Embalada pelo crescimento das vendas, a Eny, em 1932, têm seu segundo ponto comercial inaugurado, numa área ainda mais central da cidade.

Porém, em 1939, Luiz Andrade, adoentado, resolve vender seus negócios. Devido aos altos valores pedidos, os potenciais compradores relutam em adquirir as duas lojas e, então, Andrade acaba vendendo-as a Salvador Isaia, que havia proposto comprá-las a prazo.

Após a mudança no comando das Casas Eny, os negócios continuam em ritmo acelerado exigindo contratação de mais pessoal e a abertura de novos pontos de venda. Assim, Salvador convida familiares

para trabalhar na Eny e ajudá-lo na expansão de seu negócio. Os irmãos, Carlo e Antônio Isaia e os filhos Guido e Rafael Isaia passam a fazer parte da empresa respectivamente a partir de 1945, 1948, 1954 e 1971. Também inaugura a Loja Feminina (1962), Loja Masculina e Infantil (1970), a Eny Malas e Artefatos de Couro (1975), Eny Boutique (1979) e Eny Infante-Juvenil (1984).

Com a inauguração do primeiro shopping de Santa Maria, o Big Shopping Center (atual Monet Plaza Shopping), é lançada a Eny Monet (1997) e sete anos depois (2004) a Eny Pro. Ainda em 1997, a Eny inicia seu processo de ampliação de mercado, inaugurando sua primeira filial fora de Santa Maria, na cidade de Santa Cruz do Sul, e abre também em 2000, uma loja na capital gaúcha, Porto Alegre, localizada no Shopping Bourbon Country. Logo foram abertas as lojas shopping do Vale e Loja Assis Brasil. A última filial a ser aberta foi a loja Ponta-de-Estoque situada na cidade de Santa Maria.

Enfim, tem-se hoje uma empresa destaque em seu segmento e que está atenta às inovações, preservando, renovando e ampliando suas relações de mercado, com objetivo bem definido: a satisfação de colaboradores e de clientes.

A ÁREA DE MARKETING DAS CASAS ENY

A Eny Calçados destina 1% de seu faturamento para marketing e com isso, investe em diferentes mídias, sem esquecer seus princípios; variedade e preço. É regra sempre apresentar novidades aos clientes, e o reforço de marca. Mas evita-se um pouco a divulgação institucional. A questão para a empresa, é estar atenta às tendências do varejo e, com isso, oferecer novos produtos, por exemplo, programas de fidelização, cartões próprios, etc.

O departamento é formado por profissionais da área de administração e marketing, tendo ao total quatro pessoas, entre gerências e auxiliares. O marketing da Eny Calçados atua com uma linguagem simples e criativa, ajustando as ações ao orçamento. O setor de marketing da Eny tem por finalidade, fazer a divulgação da marca Eny, de seus produtos e também de verificar a satisfação de seus clientes, pois sabe que para uma empresa ter sucesso e necessário ter clientes satisfeitos, para isso a empresa oferece produtos com qualidade, variedade e melhor preço.

A Eny utiliza como uma das principais estratégias de marketing a segmentação e neste sentido, ela oferece aos

seus clientes produtos específicos. A empresa tem lojas que oferecem somente artigos femininos, masculinos, infantis, artigos esportivos e com artigos de boutique. Outra estratégia que a empresa atua é a de massificação de produtos, onde a empresa oferece aos seus clientes um mix variado de produtos, como, por exemplo, nas lojas de Santa Cruz do Sul, Porto Alegre e no Monet, em Santa Maria. A empresa, portanto utiliza como estratégias mercadológicas: a segmentação de mercado e a massificação principalmente.

No que tange o composto de marketing, atualmente a empresa Eny Calçados trabalha com cerca de 400 marcas/fornecedores e pode-se destacar o mix de produtos da Eny como sendo: a) artigos esportivos; b) artigos para viagem; c) calçados masculinos; d) calçados femininos; e) calçados infantis; f) acessórios.

A empresa está sempre atenta às necessidades de seus clientes e tentando satisfazê-las. Para isso, sempre trazendo para seus clientes inovações no mercado de calçados, como novas tecnologias, melhores materiais que ofereçam mais conforto e com o melhor preço. Caso um cliente não encontrar um produto que necessita em uma das lojas, o vendedor “vai atrás” desse produto para atender a necessidade do cliente, procurando em todas as lojas da rede ou então entra em contato com os representantes.

No que tange a estratégia de canais de marketing, esta se refere ao amplo conjunto de princípios pelos qual uma empresa procura atingir seus objetivos de distribuição para satisfazer seus clientes. Para tanto nas vendas da Eny como as vendas são feitas somente nas lojas, estas, portanto se configuram como o único canal de distribuição da empresa.

No que se refere às estratégias de promoção, destaca-se que a Eny possui um site próprio (www.eny.com.br), o que proporciona uma facilidade maior em fazer a divulgação da empresa e produtos. Além do marketing on-line são feitos catálogos, outdoors, folders, publicação em jornal, rádio e televisão, eventos para divulgação da empresa, eventos direcionados aos clientes para aproximação de clientes x fornecedores e doações para entidades beneficentes.

A Eny tem um setor de marketing bem atuante, que tem objetivo de fazer a divulgação da empresa e tornar-se a marca “Eny” a mais lembrada na região. Neste contexto, as promoções de vendas orientadas para o consumidor incluem cupons, prêmios, amostras grátis, concursos, descontos e outros dispositivos. A Eny também trabalha

com o marketing de patrocínio, que é a prática de promover os interesses de uma empresa e suas marcas associando-a a um evento específico (p.ex, um campeonato) ou a uma causa caritativa.

A estrutura de formação do preço de venda dos produtos da empresa ENY é realizada por um sistema informatizado, no qual o setor de conta corrente de fornecedores confere o cálculo do custo e depois repassa para o setor de marcação de preço de venda. O preço de venda é calculado a partir do custo da mercadoria, sobre o qual é aplicado o *markup* definido na política de preço da empresa.

Outro fator que afeta a decisão sobre o preço é o custo e os preços dos concorrentes. O acompanhamento de preços da Eny é feito permanentemente pelos vendedores através de pesquisa de mercado realizadas permanentemente, pois sabe que manter seus preços melhores que de seus concorrentes é muito importante para satisfazer seus clientes oferecendo sempre o melhor preço, variedade e qualidade.

Os tipos de Segmentação de mercado da ENY.

A Eny atua de forma bem segmentada, pois a variedade é um dos diferenciais da empresa. Neste sentido um dos tipos de segmentação utilizada pela empresa é a segmentação demográfica, na qual o mercado é dividido em grupos baseados em variáveis demográficas como idade, sexo, renda e classe social. Para tanto se pode destacar:

- Segmentação demográfica com ênfase na variável sexo: Eny Feminina, Masculina.
- Segmentação demográfica com ênfase na variável idade: Eny Infante Juvenil,
- Segmentação demográfica com ênfase na variável classe social: Eny Boutique, Eny Pro e Eny Ponta de Estoque.

A Loja Eny Feminina foi Inaugurada em 1962, está sempre em dia com as novidades do mercado, sendo vanguarda no atendimento exclusivo ao público feminino. Esta localizada na Galeria do Comércio, loja 11. Santa Maria-RS. Já a Loja Eny Calçados Masculinos foi Inaugurada em 1970, é referência no comércio das mais conceituadas marcas de calçados masculinos. Localiza-se na Rua Venâncio Aires, 1829, Santa Maria-RS.

A Loja Eny Esportes, inaugurada em 1979, é referência na comercialização das mais variadas marcas de tênis e artigos esportivos. Localizada na Rua Dr. Bozano, 1286, Santa Maria-RS. Já a Loja Eny Boutique, Inaugurada 1979, atua com vendedores munidos de computadores de mão, o que auxilia no processo de venda e atendimento ao consumidor. Esta situada na Rua Dr. Bozano, 1286, Santa Maria-RS. A loja procura oferecer produtos das mais conceituadas marcas, dentre os produtos se destacam bolsas, calçados e artigos em couro. A Loja Eny Pro, foi inaugurada em 2005, comercializa diversos artigos esportivos da linha profissional e amadora para as mais diversas modalidades. Oferece as melhores marcas, com o conceito Eny. Situa-se na Av. Fernando Ferrari, 1483 loja 33/34, Bairro Nossa Senhora de Lourdes, Santa Maria- RS.

A Loja Eny Infante-juvenil, inaugurada em 1984, atua exclusivamente no comércio das melhores marcas de calçados infantis e juvenis. Situada na Rua Dr. Bozano, 1129, Santa Maria-RS. Para melhor atender seu público-alvo (crianças), a loja possui brinquedos no interior de sua loja.

A Loja Eny Monet Schopping foi inaugurada em 1997, atingindo um público diferenciado. Esta localizada na Av. Fernando Ferrari, 1483 loja 77. Bairro Nossa Senhora de Lourdes, Santa Maria-RS. O diferencial da loja Monet está em seu horário de atendimento, que disponibiliza aos consumidores que trabalham em horário comercial um horário estendido que se encerra as 22h.

Como se pode observar, a Eny sempre trabalha da classe mais popular a classe média alta, tendo em vista que a questão preço é imprescindível no setor varejista. Neste contexto, as lojas são amplas e, com isso, consegue-se ter grandes vitrines, possibilitando facilitar a escolha dos produtos. As lojas Eny procuram se diferenciar das demais concorrentes, principalmente pelo produto e ticket médio de venda. A abordagem junto ao cliente também é diferenciada.

De acordo com a empresa, os segmentos de mercado são avaliados da seguinte forma.

- **Vendas e lucros potenciais:** pelos demonstrativos de venda, pelo faturamento anual da empresa e o número de unidades vendidas ano.
- **Potencial de crescimento:** pelo aumento das vendas, aumento de novas lojas,

crescimento de clientes dos cartões Eny e Credifácil Eny.

- **Potencial de retenção:** Pelo perfil de compra dos clientes dos cartões Eny, por exemplo, frequência de compra, valor de compra, etc.
- **Risco potencial:** concorrência, erros de atendimento.

CONCLUSÃO

Diante das mutações apresentadas e enfatizadas pelos consumidores nos últimos anos, nota-se que todos os setores são influenciados por essas mudanças. As empresas responsáveis pela fabricação e/ou distribuição de produtos tem que se preocupar em cumprir suas atividades visando qualidade e responsabilidade no cumprimento de suas tarefas, tendo em vista que os consumidores agregam valor aos produtos e as atividades. As empresas devem ter em mente que a realização de atividades que buscam valorizar o seu público consumidor e o ambiente em que estão inseridas, trará benefícios a elas. Para isso deve-se conhecer o ambiente e verificar qual a melhor maneira de segmentar o mercado.

A identificação de grupos de consumidores semelhantes possibilita, entre outras coisas, identificar oportunidades para diferentes produtos, pois com o conhecimento das características dos grupos, é possível disponibilizar produtos mais adequados aos consumidores, resultando em uma grande vantagem competitiva. Para tanto, o presente estudo, que teve o marketing como área de concentração, foi realizado nas Empresa "Casas Eny" da cidade de Santa Maria e buscou-se conhecer a área de marketing da empresa, bem como identificar os tipos de segmentação utilizadas por ela.

A Eny esta sempre atenta às necessidades de seus clientes, sempre trazendo para seus consumidores inovações no mercado de calçados. Para melhor atender seu público-alvo, a empresa adotou a segmentação de mercado como estratégia de marketing, pois a variedade é um dos diferenciais da empresa. Neste sentido um dos tipos de segmentação utilizada é a segmentação demográfica, na qual o mercado é dividido em grupos baseados em variáveis como idade, sexo, renda e classe social. Atualmente a empresa possui doze lojas: Eny Feminina, Eny Calçados Masculinos, Eny Esportes, Eny Boutique, Eny Infanto-Juvenil, Eny Monet Schopiing, Eny Santa Cruz do Sul, Eny Bourbon, Eny Pro, Eny Assis Brasil, Eny Ponta de Estoque e Eny Schopping do Vale.

Quanto à gestão de marketing, a empresa destina 1% de seu faturamento para o marketing investindo sempre em diferentes mídias, sem esquecer seus princípios. Observou-se que o departamento de marketing é formado por profissionais da área de administração e marketing, e possuem como atividades fazer a divulgação das Lojas Eny. Já no que se refere às estratégias, destaca-se que a Eny possui um site próprio, o que proporciona uma facilidade maior em fazer a divulgação da empresa e seus produtos. Além do marketing online são feitos catálogos, outdoors, folders, publicação em jornais, rádio e televisão, eventos para divulgação da empresa e doações para entidades beneficentes.

Portanto, observou-se que a Eny sempre trabalha da classe mais popular a classe media alta, tendo em vista que a questão preço é imprescindível no setor varejista. O sucesso da empresa consolida o empreendimento como ponto de referência para as santamarienses e para quem vem à cidade, o que faz da Eny uma das maiores e mais bem conceituadas vitrines do comercio de Calçados no Rio Grande do Sul.

Anexo A – Fachada das Lojas



ENY Infanto-Juvenil

Rua Dr. Bozano, 1129
 Santa Maria – RS
 97015-003
 (55) 3025 8101
infanto@eny.com.br
 CNPJ: 95.596.920/0001-20
 Inscr.Est.: 109/0027408

ENY Calçados Masculinos

Rua Venâncio Aires, 1829
 Santa Maria - RS
 97010-003
 (55) 3025 8102
masculos@eny.com.br
 CNPJ: 95.596.920/0002-01
 Inscr.Est.: 109/0003010



ENY Calçados Femininos

Galeria do Comércio
 Santa Maria – RS
 97010-003
 (55) 3025 8103
femininos@eny.com.br
 CNPJ: 95.596.920/0003-92
 Inscr.Est.: 109/0025332

ENY Boutique

Rua Dr. Bozano, 1302
 Santa Maria – RS
 97015-004
 (55) 3025 8105
boutique@eny.com.br
 CNPJ: 95.596.920/0005-54
 Inscr.Est.: 109/0078045





ENY Esportes

Rua Dr. Bozano, 1286
 Santa Maria – RS
 97015-004
 (55) 3025 8106
esportes@eny.com.br
 CNPJ: 95.596.920/0006-35
 Inscr.Est.: 109/0078053

ENY Monet

Av. Fernando Ferrari, 1483
 Santa Maria – RS
 97050-801
 (55) 3028-3340
monet@eny.com.br
 C.N.P.J.: 95.596.920/0007-16
 Inscr.Est.: 109/0085394



ENY Pro

Av. Fernando Ferrari, 1483/Loja 33/34
 Santa Maria – RS
 97050-801
 (55) 3028-3341
pro@eny.com.br
 C.N.P.J.: 95.596.920/0008-05
 Inscr.Est.: 109/0259678

ENY Santa Cruz do Sul

Rua Marechal Floriano, 558
 Santa Cruz do Sul – RS
 96810-000
 (51) 3715-5766
santacruz@eny.com.br
 C.N.P.J.: 95.596.920/0010-11
 Inscr.Est.: 108/0130052





ENY Bourbon Country

Av. Tulio de Rose, 100 Lj 126-127
 Porto Alegre – RS
 91340-110
 (51) 3362-1229
bourbon@eny.com.br
 C.N.P.J.: 95.596.920/0009-88
 Inscr.Est.: 096/2884537

ENY Ponta de Estoque

Rua Dr. Astrogildo Cezar de
 Azevedo, 317
 Santa Maria – RS
 97015-150
 (55) 3026-3340
ponta@eny.com.br
 C.N.P.J.: 95.596.920/0011-00
 Inscr.Est.: 109/0310886



ENY Shopping do Vale

Av. General Flores da Cunha 4001 –
 Ljs 201/202/203
 Cachoeirinha – RS
 94950-001
 (51) 3469 1091
vale@eny.com.br
 C.N.P.J.: 95.596.920/0012-83
 Inscr. Est.: 177/0160180

ENY Assis Brasil

Av. Assis Brasil, 2517
 Porto Alegre – RS
 91010-006
 (51) 3013 1950
assisbrasil@eny.com.br
 C.N.P.J.: 95.596.920/0013-64
 Inscr. Est.: 096/3155563



