



MERCADINHOS

Contexto

O varejo de alimentos, nas últimas décadas, tem passado por transformações intensas. As tradicionais mercearias de bairro evoluíram para os atuais mercadinhos ou minimercados, que tentam aliar a personalização e aproximação do atendimento com a modernização e o profissionalismo das grandes redes.

Apesar dos inúmeros desafios que se apresentam para esses empreendimentos, as projeções são animadoras.

No Brasil, o segmento supermercadista estima que, para 2019, haverá um crescimento de 3% no faturamento em relação ao ano anterior.

Em relação ao ano de 2017, o Rio Grande do Norte representou 1,5% em participação do estado (R\$ 4.131.743.883,00) no faturamento nacional, sendo o 4º do Nordeste no segmento (Fonte: ABRAS, 2018).

Confira, neste Boletim, um retrato atual do segmento de Mercadinhos, assim como os seus principais desafios e dicas importantes para se tornar mais competitivo.



Preferência por local de compras cotidianas

(Fonte: APAS/IBOPE, 2019)

59%

Supermercado e
hipermercado

22%

Mercadinhos de bairro e
vizinhança

12%

Atacados e
atacarejo



Compras de emergência: O mercadinho de vizinhança se mantém como canal de preferência (50%). Além do consumidor classificar a localização como fator principal (87%), a questão da rapidez ou conveniência ficou em segundo lugar (58%).

(Fonte: APAS/IBOPE, 2019)



Pesquisa de preço: Mesmo em plena era digital, 56% das pessoas utilizam os tradicionais folhetos e jornais impressos para pesquisar os preços de suas compras.

(Fonte: APAS/IBOPE, 2019)



Ponto de Venda: O ticket médio em autosserviço de cada ida ao PDV do brasileiro, ao longo de 2018, foi de R\$ 49,70, sendo uma média de 4,7 visitas ao mês.

(Fonte: ABRAS/Kantar Worldpanel, 2019)



Validade dos produtos: Em relação às perdas identificadas, o percentual estimado dos produtos com validade vencida registra 27,6%, considerando todos os formatos de lojas em 2017.

(Fonte: ABRAS/Provar, 2018)



Desempenho por cestas: No autosserviço, ao longo do ano de 2018, 52,5% foi direcionado para alimentos; 22,9% para bebidas; 12,0% higiene e beleza; 8,3% limpeza; 2,8% cigarro; e 1,5% para bazar.

(Fonte: ABRAS, 2019)



Cesta básica na capital: Durante o mês de janeiro de 2019 em Natal (RN), o preço médio da cesta básica comprada em mercadinhos foi 10% mais barato em comparação ao valor encontrado em hipermercados, o que representa uma economia de R\$ 25,17.

(Fonte: Procon Natal, 2019)



Analisando os números do comércio varejista que abrangem os minimercados, mercearias e armazéns do Rio Grande do Norte, nota-se o crescimento de empreendimentos abertos nos últimos 5 (cinco) anos. De 2015 até abril de 2019, observa-se um aumento de 44% na quantidade destes pequenos negócios. Ou seja, apesar da instabilidade econômica vivenciada nos últimos anos, pode ser observada a expectativa otimista de alguns empresários em investirem no segmento.

Comércio varejista de mercadorias em geral com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns (CNAE: 4712100)

2015	6.809
2016	7.635
2017	8.571
2018	9.424
2019	9.805

4,04%

Taxa média de crescimento do segmento de 2018 para 2019 (até abril)

381

Novos estabelecimentos abertos nos primeiros 4 meses de 2019

(Fonte: Plataforma Prospecta, 2019)





Principais Desafios



Disponibilidade e distribuição de produtos: são fatores fundamentais para um funcionamento eficiente de um mercadinho. Quando acontece a ruptura, que é a falta de produtos nas gôndolas, o cliente fica decepcionado por não achar o que deseja comprar e o mercado perde vendas. Por conta disso, a ruptura é preocupante e deve ser evitada ao máximo.



Negociação com os fornecedores: é um dos pontos mais importantes, fazendo com que as negociações e as relações com os fornecedores sejam fundamentais, com impactos diretos nos resultados. Se não houver uma compra compatível com o giro de estoque, é até possível ampliar o faturamento, mas comprometerá a lucratividade e o fluxo de caixa saudável.



Equipamentos antigos: muitas vezes, acaba sendo uma “falsa” economia, pois geram manutenções, altas contas de luz e problemas no funcionamento, podendo comprometer a segurança dos colaboradores e dos clientes.



Perdas: as perdas de estoque afetam muito o varejo de alimentos e pode ser extremamente prejudicial para um mercadinho. É fundamental ter uma gestão de processos eficiente, para evitar parte destas perdas, como produtos vencidos, deterioração de perecíveis, avarias, falhas operacionais, furtos, dentre outras.

Tendências para seu negócio



Saudabilidade: o Brasil segue a tendência de crescimento mundial do consumo de produtos mais naturais, com apelo funcional, orgânicos e minimamente processados. Para atender a demanda crescente dos consumidores que adotam um estilo de vida mais saudável, é fundamental que os mercadinhos tenham um *mix* de produtos com tais características.



Mercado *pet*: atualmente, o brasileiro gasta cada vez mais com seus *pets* e é um mercado ainda em muita expansão, com muito potencial para ser explorado. Para os mercadinhos, ter uma boa variedade de produtos na linha *pet food*, por exemplo, pode ser estratégico para a fidelização dos seus clientes. Além disso, há ainda acessórios, roupas, coleiras, guias, brinquedos, cuidados com os pelos, higiene, limpeza doméstica, dentre outros.



Aplicativos: nos últimos anos, o brasileiro aumentou suas compras de mercado através da Internet, mas esta solução ainda não está muito presente na realidade dos mercadinhos. Porém, é possível conseguir inúmeras vantagens através do uso da tecnologia para se aproximar do cliente, como a criação de perfil da empresa nas redes sociais, divulgando iniciativas e promoções, assim como o uso do *Whatsapp* para realizar divulgações, vendas e planejar entregas a domicílio.



Associativismo: nem sempre as empresas que atuam no mesmo segmento precisam se comportar como concorrentes. Há inúmeras iniciativas associativistas no ramo de mercadinhos com grande sucesso. Há várias ações e estratégias que podem ser adotadas em conjunto, como a centralização de compras (possibilitando um maior poder de barganha), aquisição de novas ferramentas e serviços, dentre outras.



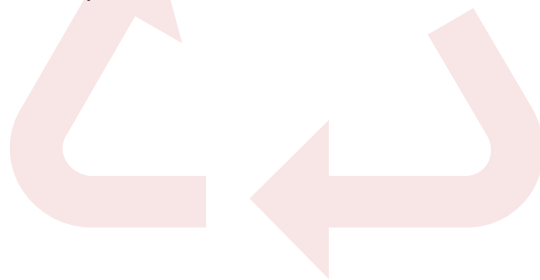
Fique atento

A reforma trabalhista gerou impactos nas operações de mercados do Brasil. Ela proporcionou maior flexibilização para a jornada de trabalho e atuação mais eficaz dos sindicatos sobre os trabalhadores, além do contrato de trabalho intermitente, modelo de férias, tempo para almoço, dentre outros. Assim, é importante que o empresário do segmento tenha conhecimento destas mudanças ao realizar o planejamento de contratação de mão de obra para seu estabelecimento.

Entrou em vigor em fevereiro de 2019 a fase de fiscalização e aplicação de multas da Instrução Normativa Conjunta nº 2 (Mapa e Anvisa), que obriga produtores ou responsáveis pela venda de vegetais frescos fornecerem ao consumidor informações padronizadas sobre a procedência dos produtos. A informação deve constar no próprio produto ou nos envoltórios, caixas, sacarias e outras embalagens. Por isso, é necessária uma maior atenção durante a negociação e a definição de fornecedores.

A Vigilância Sanitária tem o papel de fiscalizar diversos tipos de inadequações que possam afetar a qualidade dos alimentos e da saúde dos consumidores. Com relação à qualidade dos alimentos, os problemas mais recorrentes no segmento de mercadinhos são: alimentos fora do prazo de validade; validade adulterada de forma intencional; alimentos danificados e/ou com a embalagem violada; e refrigeração incorreta, mantidos fora das condições ideais. Além disso, outros problemas: más condições de higiene; presença de agentes infectantes, podendo ser insetos, roedores, microrganismos ou fungos; e equipamentos refrigeradores operando fora do padrão aceitável.

O Projeto de Lei 98/2018 trata sobre a proibição de distribuição e venda de sacolas plásticas a consumidores na cidade de Natal. Assim, é fundamental que o empresário do segmento de mercadinhos monitore essa tramitação, para não incorrer em multas, além de poder planejar alternativas para seus clientes.





Impulsione o seu negócio



Busque criar um mercadinho mais atrativo, tanto no aspecto externo como no interno. Um ambiente organizado, limpo e bem iluminado, com informações visíveis sobre os produtos, chamará a atenção dos seus clientes.



Aproveite as datas comemorativas para agradecer os clientes. Dia dos namorados, São João, Natal, dia das crianças, por exemplo, são momentos em que se pode fazer ações criativas. Por exemplo, durante as festas de fim de ano, amplie os produtos, como panetones, frutas secas, vinhos importados e caixas de chocolate diferenciadas. É também possível investir em datas que não são muito conhecidas, como o dia da pizza, do café ou da cachaça.



Invista em treinamento adequado e capacitação de colaboradores, incluindo orientações sobre atendimento ao cliente e informações sobre qualidade e benefícios dos produtos da loja. Lembre-se que grande parte dos clientes que frequentam os mercadinhos são impulsionados, tanto pela localização, quanto pelo atendimento diferenciado.



Ofereça serviços adicionais, como entrega ou compra por telefone e *Whatsapp*. Além disso, dê dicas de combinações de produtos, como receitas ou informações nutricionais, através de panfletos, cartazes, redes sociais, dentre outros.



Utilize o marketing olfativo, pois aromatização correta dos ambientes pode ativar memórias e sensações boas no seu cliente e, com isso, ajudar o seu mercadinho a atingir diferentes objetivos, como o aumento do *ticket* médio, fidelização dos clientes ou aumento de vendas de um determinado produto.

Abra seu negócio



Localização: é crucial na hora de abrir um mercadinho de bairro, pois como sua abrangência é local, seu público estará concentrado em uma região relativamente pequena. Ainda é necessário escolher o imóvel certo para abrir o negócio, levando em consideração o movimento, a acessibilidade e o investimento.



Público-alvo: enquanto as classes A e B procuram por mais variedade de produtos, as classes C, D e E estão mais preocupadas com promoções e preços baixos. Assim, é necessário conhecer o potencial de consumo e as características do público ainda na fase de planejamento do negócio, além das características da concorrência.



Legislação: é necessário ficar atento à legislação municipal e estadual, como o enquadramento pelas dimensões, o alvará da Vigilância Sanitária e de mais algumas documentações dependendo da atuação e das exigências da prefeitura. Além disso, avaliar a definição do regime fiscal, pois o lucro real pode ser benéfico, em algumas situações, em detrimento ao Simples.



Layout: é fundamental deixar o espaço do mercadinho atrativo e confortável para os clientes. Local bem iluminado, com boa ventilação e com corredores largos o suficiente para as pessoas caminharem, além de planejar também a organização das gôndolas. As categorias devem ser intuitivas, de modo que o cliente consiga se orientar de acordo com a seção.



Tem Sebrae pra você



Capacitações: Através de cursos e oficinas presenciais, traz aprendizado prático em temas e áreas específicas, capacitando o empresário para gerir de maneira mais eficiente o seu negócio, além de proporcionar o desenvolvimento de *networking* com os demais participantes.



Cursos online: Os cursos e soluções *online* do Sebrae se adaptam à rotina intensa do empresário, com flexibilidade e qualidade. São mais de 120 (cento e vinte) cursos, com diversas temáticas, como Planejamento, Finanças, Mercados, Vendas, Inovação, Leis, dentre outras.



Consultorias: Para o negócio que precisa de um atendimento diferenciado realizado por um especialista, temos a Gestão de Indicadores de Resultados, o Plano de Marketing e Análise de Georreferenciamento, além de outras consultorias para apoiar a tomada de decisão e trazer soluções específicas e adequadas.



Inovação: O Sebraetec oferece serviços customizados e especializados, focados na Inovação para a empresa, abrangendo 7 (sete) áreas: Design, Produtividade, Propriedade Intelectual, Qualidade, Inovação, Sustentabilidade e Serviços Digitais.



Boletim Inteligência &
Tendências de Mercado

Unidade de Acesso a
Mercados
www.rn.sebrae.com.br

Superintendente: José Ferreira de Melo Neto
Diretor Técnico: João Hélio Costa da Cunha Cavalcanti Junior
Diretor de Operações: Marcelo Saldanha Toscano
Gerente: David Xavier de Souza Gois

Fale com o Sebrae: 0800-570-0800
mercados@rn.sebrae.com.br

