

EDSON CHAGAS



Sem precisar encarar a fila
Uma das justificativas para a compra nas padarias é o tempo de atendimento, que costuma ser mais curto que na maioria dos supermercados.

“Já precisei recorrer muitas vezes à padaria no momento de aperto. No caso de hoje, para comprar pó de café”

—
ANGELA MARIA mudou-se recentemente para a Praia da Costa, em Vila Velha, onde trabalha como cozinheira

EDSON CHAGAS



Aumento do faturamento com linha de mercearia
Os produtos de mercearia e hortifrúti já respondem por 30% do faturamento nos dias de domingo, em padaria de Vila Velha.

“Com essa crise, a gente faz o que o cliente está querendo. Aumentamos o leque de opções para o consumidor”

—
GIOVANI LORENZON, dono da Costañeira Armazém, padaria e confeitaria localizada na Praia da Costa

COMPRAS AOS DOMINGOS

Padarias viram mercadinhos para socorrer consumidores

Com a crise econômica, a mudança de perfil desses espaços se intensificou ainda mais

▄ **PATRIK CAMPOREZ**
pmaacao@redgazeta.com.br

Com os supermercados do Espírito Santo sem abrir aos domingos desde 2009, um novo nicho de atuação se abriu para as padarias capixabas, que passaram a oferecer uma variedade cada vez maior de produtos. Agora, com a crise econômica e política se intensificando, a disputa pelos clientes tem aumentado e o perfil desses estabelecimentos mudou ainda mais.

De acordo com o Sindicato da Indústria da Panifi-

cação e Confeitaria do Espírito Santo (Sindipães), aproximadamente 90% das padarias locais já funcionam como “mercadinhos”. “As padarias já funcionam todo dia, o dia inteiro. Nada mais justo do que elas oferecerem o básico para as famílias, como produtos de mercearia e de limpeza. Estamos otimizando o espaço que temos e, ao mesmo tempo, não deixamos o cliente na mão”, justifica Samuel Nogarol, vice-presidente do Sindipães.

Dono da Costañeira Armazém, na Praia da Costa, Vila Velha, o empresário Giovani Lorenzon, 35 anos, afirma que os produtos de mercearia e hortifrúti já respon-

dem por 30% do faturamento do seu comércio nos dias de domingo. “Com essa crise, a gente faz o que o cliente está querendo. Aumentamos o leque de opções para agradá-lo e nos tornamos uma saída para quem não encontra nada aberto aos domingos”, lembra Giovani.

QUEDA NAS VENDAS

Em agosto, o setor de comércio como um todo sentiu as vendas caírem pelo quinto mês seguido. É a primeira vez que isso acontece desde o ano 2000, quando o comportamento do varejo começou a ser analisado. Em junho, o recuo sentido pelo setor foi de 0,4%, influenciado pela redução do

ADAPTAÇÃO

90%

das padarias

Já funcionam como “mercadinhos” aos domingos.

crédito e dos salários.

Segundo economistas, a sensação de descrença com o cenário econômico tem levado os empresários a buscarem saídas para melhorar as vendas. Foi isso o que fez Adão Alves Martins, de 54 anos, que dedicou um cantinho da padaria aos produtos da linha de limpeza e de mercearia em geral. “Temos

um pouquinho de tudo o que tem dentro de um supermercado. De produtos de limpeza a alimentos como arroz, feijão e óleo. E tem muita saída”, comemora ele, que é gerente do local.

CLIENTES

Uma vantagem apontada pelos clientes é a facilidade com que conseguem comprar nas padarias, já que muitos não estão dispostos a perder tempo encarando a fila nos supermercados para apenas um ou dois itens. “Aproveite a ida à padaria para, além de comprar o pão, levar o produto que está faltando em casa. É rápido e não tem fila”, diz a dona de casa Márcia Cristina, mora-

dora da Praia da Costa. Outra que costuma comprar produtos básicos na padaria é a cozinheira Ângela Maria, que mudou recentemente para Vila Velha. “Já recorri muitas vezes à padaria no momento de aperto”.

Apesar do êxito nas vendas, o vice-presidente do Sindipães não acredita que o segmento seja concorrente direto dos supermercados. “O preço no supermercado continua mais atrativo. A padaria atende apenas com o básico, ficando atenta às tendências para estar atendendo bem ao consumidor. Não tem supermercado no final de semana, mas as padarias atendem muito bem”, completa Nogarol.

“O que vale é agradar ao cliente”

▄ Professor de Economia e pesquisador financeiro, Mário Vasconcellos lembra que não só as padarias, mas também os postos de combustíveis e farmácias passaram por um processo de reformulação do estoque para atender a uma gama maior de consumidores. “Farmácia, além de vender remédios,

vende perfumaria e material de higiene. Nos postos de gasolina, as lojas de conveniência vendem de tudo. O que podemos observar é que, tendo demanda, tem lugar para a venda”, destaca.

Num momento em que a crise econômica e política se aprofunda, o medo de perder público faz com

que o comerciante busque ofertar um leque ainda maior de produtos num mesmo local, pontua o pesquisador. “Em bairros mais sofisticados, tem padarias que oferecem serviços de butiques. Existem cafés, uma variedade enorme de pães, biscoitos, sucos e muito mais. Esses espaços estão buscando

alternativas. Como o supermercado não abre mais aos domingos, a primeira necessidade do consumidor se resolve na padaria”, completa o professor.

A decisão de fechar aos domingos passou a valer há seis anos, e envolve hipermercados, supermercados, mercearias, autosserviços e hortifrutigranjeiros.



Farmácias vendem produtos de beleza e higiene

ARQUIVO