

Uma Rápida Análise Sobre as Padarias no Brasil

Qual o número de Padarias no Brasil? O Que Fazer Para Fugir à Concorrência Dos Supermercados? Qual São as Tendências do Setor Panaderil? O segmento de padarias no Brasil vem passando por uma forte reestruturação, pois após os anos 60 com a chegada dos supermercados nesse mercado acirrou a concorrência. Mas, as padarias constituem o principal canal de vendas de pães e produtos, responsáveis por cerca de 85% desse setor. Conforme a Associação Brasileira da Indústria Panificadora e Confeitaria (ABIP), existem atualmente no Brasil cerca de 48 mil padarias. Na região Sudeste se concentra o maior número de padarias, com uma participação de 41% do total existente no país. Uma das principais características apontadas pelo setor é a existência de uma forte concorrência, a qual pode ser atribuída, em parte, à mudança de perfil do consumidor, à entrada de novos investidores, ao aumento do número de lojas e à concentração de padarias muito próximas entre si (às vezes, a menos de 50 metros de distância). O setor panaderil vem se adaptando a esse novo cenário, e, em função disso, está aumentando a produtividade, reduzindo os custos e diversificando as ofertas de seus produtos. Portanto, a principal preocupação dos empresários reside na atuação dos supermercados, os quais oferecem produtos típicos das padarias, como doces, leite, e pães (ofertados, às vezes, pela metade do preço disposto nas padarias), que são utilizados como atrativo para atrair consumidores e obter um diferencial sobre os concorrentes. Nos supermercados, tradicionalmente a seleção de produtos de padaria ocupava-se apenas em atrair consumidores para consumirem os produtos em outras seções da loja. Portanto, atualmente os supermercados possuem uma estrutura muito mais sólida, com um mix de produtos diversificado e de melhor qualidade, contribuindo, assim, para a maior fidelização da clientela dos supermercados. O setor de supermercados tem a vantagem de possuir vários tipos de produtos e serviços que caracteriza um significativo diferencial competitivo; haja vista a possibilidade de os consumidores efetuarem suas compras em um ambiente local, permitindo uma considerável economia de tempo. Entretanto, as padarias ainda detêm a preferência dos consumidores no que se refere aos seus hábitos de consumo de pães e, de acordo com pesquisa da ABIP, 85% das pessoas ainda preferem comprar pães em padarias, enquanto 6,9% preferem a mesma compra em supermercados. Veja alguns detalhes da pesquisa:

- Preço médio pago em casa: 100,0% em padarias e 100,0% ao local de trabalho
- Condições de higiene e limpeza: 30,7% em padarias e 30,7% em supermercados
- Cortesia no atendimento: 28,8% em padarias e 28,8% em supermercados
- Qualidade dos produtos: 25,7% em padarias e 25,7% em supermercados
- Variedade de pães e doces: 18,6% em padarias e 18,6% em supermercados
- Rapidez no atendimento: 14,3% em padarias e 14,3% em supermercados
- Preço quente a toda hora: 11,3% em padarias e 11,3% em supermercados

Essa pesquisa aponta para a necessidade do setor panaderil reformular suas estratégias para se tornar competitivo perante a concorrência dos supermercados e, nesse contexto, as padarias devem estar atentas às tendências apontadas pela pesquisa da ABIP, em relação aos tipos de padarias:

- 1) Padarias tipo Boutique: são aquelas localizadas em regiões de alto poder aquisitivo, onde são comercializados, em sua maioria, produtos próprios e importados, sendo que o número de padarias desse tipo, no Brasil é ainda, expressivo.
- 2) Padarias de Serviço: são aquelas localizadas em regiões centrais e em ruas de grande circulação e concentram o comércio de lojas comerciais ou escritórios. Além dos produtos típicos de padaria e confeitaria, oferecem, também, dentre outros, serviços de bar, lanchonete e fast food.
- 3) Padarias de Conveniência: localizam-se em bairros residenciais. Além de oferecer os produtos e serviços das Padarias de Serviço, possuem um grande volume de produtos considerados de conveniência, com algumas chegando a comercializar cerca de 3.000 itens.
- 4) Pontos Quentes: trata-se de uma tendência de origem europeia, onde a padaria abre uma filial, envia alguns tipos de pães já embalados, bem como outros de pães congelados, para fazer o assamento no ponto quente. A vantagem é que não há necessidade de grandes espaços, haja vista a inexistência de um setor de produção, e, além disso, a reposição do estoque é realizada diariamente, pela matriz, reduzindo os custos com mão-de-obra e estocagem.

Sobre o Autor

Professor, consultor e palestrante. Articulista do Jornal do Commercio (RJ) e co-autor do livro: "Trabalho e Vida Pessoal - 50 Contos Seleccionados" (Ed. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001). Por mais de 20 anos treinou equipes de Atendentes, Supervisores e Gerentes de Vendas, Marketing e Administração em várias empresas multinacionais de bens de consumo e de serviços. Elaborou o

curso de "Gestão Empresarial" e atualmente ministra palestras e treinamentos "in Company" nas áreas de Marketing, Administração, Técnicas de Atendimento ao Cliente, Secretariado e Recursos Humanos. Graduado em Administração de Empresas, especialista em Marketing e Gestão Empresarial, com MBA em Marketing no Mercado Globalizado e complemento pedagógico. Contatos: jcss_sc@click21.com.br; (21) 2233-1762 / (21) 9423-9433 www.profigestao.blogspot.com <http://br.linkedin.com/pub/julio-cesar-s-santos/25/544/1b8>

Source: <http://www.artigopt.com>