

Como andam as oportunidades no varejo em Naviraí?

Por Fábio da Silva Rodrigues, Adolpho Nilson Prado, Alessandra Campo Sedano Peres, Daniel Fernando Bastos e Pollyana da Silva Fuzaro

Empreender ou “abrir o próprio negócio” é um dos principais desejos dos brasileiros, ficando atrás apenas da casa própria, do carro e de viajar pelo Brasil (GEM, 2019). Entretanto, o risco associado à abertura de um novo empreendimento também é grande, pois 1 em cada 4 empresas “quebra” antes de completar 2 anos de atividade (SEBRAE, 2016).

Por esse motivo, conhecer o ramo de atuação se torna essencial para minimizar os riscos de empreender e para os empresários que já atuam no mercado. Essa fase de identificação de oportunidades de negócios ou de melhoria para empresas atuantes, consiste em analisar o ambiente competitivo em determinado setor e identificar fragilidades e virtudes dos concorrentes, a fim de captar brechas de mercado e oportunidades não exploradas.

Visando identificar como andam os negócios no comércio varejista em Naviraí, os acadêmicos do quinto semestre do curso de Administração pesquisaram 5 ramos de atividades. Vamos analisar o cenário de cada um deles?



ROUPAS



No segmento de roupas, foram identificadas 71 lojas na região central de Naviraí. O perfil do público-alvo das lojas por faixa de renda foi:



4 DICAS PARA IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS



(1) Faça Perguntas!

(2) Procure o não-consumidor!



(3) Segmente de forma diferente!

(4) Fique de olho nas restrições!



Fonte/Saiba mais:

<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI80287-17189,00-QUATRO+DICAS+PARA+IDENTIFICAR+OPORTUNIDADES+DE+NEGOCIO.html>

TENDÊNCIAS PARA LOJAS DE ROUPAS

- marketing digital: utilização de redes sociais (WhatsApp, Instagram, Facebook);
- consumo consciente (*slow fashion*): a reutilização de roupas, customização de roupas existentes, alfaiataria (roupas produzidas no local, de maior qualidade e exclusivas);
- utilização de novas tecnologias: realidade aumentada, sensores, relógios inteligentes;
- e-commerce: vendas por meio de *sites* próprios, *shoppings* virtuais (*marketplaces*) ou redes sociais;
- marketing sensorial: estímulos aos sentidos, tato, olfato, paladar, audição e visão;
- visual merchandising: vitrine, criação de uma identidade para a loja e a personalização do ambiente por meio do *design*, *layout* e disposição de produtos.

OPORTUNIDADES PARA LOJAS DE ROUPAS

(1) Após análise do setor, consideramos como oportunidade a criação de uma empresa de Alfaiataria Feminina que ofereça serviços diferenciados e roupas exclusivas com qualidade para atender um nicho de mercado (*slow fashion* + personalização).

(2) Para empresas já existentes, recomendamos: utilizar os canais digitais; utilizar técnicas modernas de visual *merchandising*; e melhorar a qualificação para o atendimento ao consumidor.



O Brasil é o 4º maior consumidor mundial de calçados, em 2017 consumiu 839 milhões de pares – em média 4 pares por pessoa por ano (Abicalçados, 2019).

Em Naviraí, identificamos 11 empresas que comercializam exclusivamente calçados e outras 19 que possuem um setor de calçados.

Foi realizada uma pesquisa com 97 consumidores.

RESULTADOS DA PESQUISA

Critério	Satisfação
Variedade	53,68%
Preço	28,87%
Qualidade	62,89%
Promoções	50,52

➢50% - gastam entre R\$100,00 e R\$200,00 na compra de calçados; e

➢25% - gastam entre R\$200,00 e R\$300,00.

TENDÊNCIAS PARA LOJAS DE CALÇADOS

- Franquias de *fast fashion*, que atendem nichos de mercado;
- Vendas pela internet (*e-commerce*, *shoppings* virtuais ou vendas por redes sociais).

OPORTUNIDADES PARA LOJAS DE CALÇADOS

- (1) aperfeiçoar o modelo de vendas virtuais;
- (2) investir em variedades para atender nichos;
- (3) estudar e viabilizar promoções;
- (4) formar alianças estratégicas com concorrentes para integração/otimização do transporte.

LOJAS DE VARIEDADES



As lojas de preço único (R\$1,99) evoluíram para lojas de preços variados, mas com a característica de comercializar grande variedade de itens. Por isso, elas podem ser consideradas como loja de variedades.

Na região central de Naviraí, foram identificadas 4 lojas deste setor. Contudo, destacamos que existem muitos concorrentes indiretos (supermercados, papelarias, lojas de decoração, entre outros), além do *e-commerce* nacional e internacional.

A maioria dos produtos tem margem de contribuição unitária baixa, por isso a negociação com fornecedores é imprescindível para o sucesso neste tipo de negócio.

1 - O que mais motiva as pessoas a comprarem em lojas de variedades?

A diversidade de produtos e preços.

2 - Do que os consumidores sentem falta?

Estacionamento, promoções, melhor atendimento, organização do espaço e disposição dos produtos.

TENDÊNCIAS PARA LOJAS DE VARIEDADES

Produtos personalizados, exclusivos ou artesanais



E-commerce



Relacionamento com clientes (canais de comunicação)



Franquias

OPORTUNIDADES PARA LOJAS DE VARIEDADES

(1) As lojas em operação devem: investir em melhorar o relacionamento com o cliente, utilizando canais de comunicação; aprimorar e modernizar o *layout* da loja; trazer novidades em produtos, acompanhando as tendências; buscar sempre melhor negociação com fornecedores; e estabelecer parcerias visando reduzir o custo logístico para manterem-se competitivas.

(2) Novos empreendimentos podem trabalhar com nichos específicos de produtos, procurando especializar-se e oferecer maior variedade, como por exemplo, utensílios domésticos.

RESTAURANTES



Ao analisar o setor de restaurantes, identificamos 60 locais que oferecem refeições para consumo imediato. Dentre eles, observamos que a maioria oferece a opção de culinária brasileira. Poucos oferecem pratos de outros países ou com uma identidade regional. Além disso, falta opções no cardápio para pessoas com restrições alimentares, bem como para pessoas que buscam refeições mais saudáveis e balanceadas ou veganos.

Como os alimentos são perecíveis, a escolha do cardápio é extremamente importante para este tipo de negócio. A distância e a escassez de fornecedores também são fatores que afetam a competitividade.

O setor de restaurantes possui elevado nível de exigência no que se refere à vigilância sanitária. Para empreender neste setor, é preciso estar preparado para lidar com normas específicas.

Quando se trata dos consumidores em Naviraí, os problemas identificados são o atendimento e preço de entrega.

TENDÊNCIAS PARA RESTAURANTES



Delivery

Cardápio digital e autoatendimento



Comida *fitness*, saudável e vegana



Drinks sem álcool e sucos *detox*



OPORTUNIDADES PARA RESTAURANTES

(1) *Delivery*, utilização de redes sociais e cardápios digitais (informatização).

(2) Opções de alimentos saudáveis, para vegetarianos ou veganos, ou para pessoas com restrições alimentares específicas, como intolerância à lactose e ao glúten, por exemplo;

(3) Opções de cardápio customizável pelo cliente;

(4) Calendário de promoções fixas para dias da semana ou datas comemorativas e cartões de fidelização.

PADARIAS



O setor de padarias e confeitarias tem se caracterizado ao longo dos últimos 20 anos pelo aumento da competitividade e pelo crescimento, com grande capacidade de inovação de produto/serviço, de processo, de marketing e de gestão (ABIP/ITPC/SEBRAE, 2012).

A competitividade demanda atenção por parte dos gestores. A adoção de produtos e serviços diversificados, investimentos em tecnologia da informação, processos e modelo de gestão; equilíbrio no volume de estoques; e interação com os consumidores nas redes sociais são aspectos que devem ser observados neste setor.

Em Naviraí, identificamos 18 padarias e confeitarias, sendo 10 em supermercados. De modo geral, as padarias e confeitarias localizadas no centro da cidade ou em supermercados parecem se mostrar mais inovadoras e competitivas.

TENDÊNCIAS PARA PADARIAS

- Pães artesanais e pães especiais;
- Produtos *gourmet*;
- Incorporação de serviços (ex. ambiente para reuniões).

OPORTUNIDADES PARA PADARIAS

(1) Inovação e diversificação de produtos e serviços, com opções de pães e bolos sem glúten e sem lactose;

(2) Modernização de equipamentos para padronização, melhoria da qualidade e redução dos custos;

(3) uso do marketing digital;

(4) *delivery*;

(5) agregar serviços;

(6) melhorar ambiente de consumo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De modo geral, observamos que os segmentos analisados em Naviraí apresentam um mercado competitivo (poucas barreiras à entrada) e homogêneo (pequenas diferenciações entre as empresas). A forma de competição é muito similar entre os rivais, sendo as estratégias alinhadas às demandas dos consumidores. Neste contexto, pequenas inovações podem representar grandes benefícios e diferenciais competitivos aos concorrentes que apresentarem novidades.

REFERÊNCIAS

ABICALÇADOS. <http://abicalcados.com.br/publicacoes/relatorio-setorial>

ABIP/ITPC/SEBRAE. <https://www.abip.org.br/site/wp-content/uploads/2016/01/estudoinovacao%20tecnologica7ago12.pdf>

GEM. *Global Entrepreneurship Monitor*. Empreendedorismo no Brasil 2018. Curitiba: IBPQ, 2019.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Sobrevivência das empresas no Brasil*. Brasília: Sebrae, 2016..

+ NGDI INFORMA

Saiba mais sobre o projeto NGDI Informa. Entre em contato por um dos nossos canais.

Endereço: Rod. MS 141 KM 02 – Naviraí-MS

Telefone: (67) 3409-3401

E-mail: ngdi.ufms@gmail.com

Acesse mais boletins

