

Consultor dá dicas para montar supermercado de sucesso

Na Feira do Empreendedor, que acontece até domingo (3) em Porto Alegre, palestras de ex-supermercadista têm atraído bom público

Margareth Lourenço, enviada especial da ASN

Um dos comércios mais comuns no interior do País e no entorno das grandes cidades costuma ser o mercadinho, o armazém ou a fruteira. Muitos são montados em espaços improvisados como garagens. Mas assim como surgem com facilidade, desaparecem porque os empreendedores não têm a mínima noção de como administrá-los e até porque, na maioria das vezes, copiaram a idéia de outro empreendimento. Para ensinar técnicas indispensáveis para o sucesso desses negócios, o consultor Clóvis Polese oferece um total de oito palestras, repetidas em diversos horários, dentro da programação da Feira do Empreendedor, que acontece até domingo (3), no Centro de Exposições da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs), em Porto Alegre (RS).

Elias Eberhardt



Consultor Clóvis Polese ministra oito palestras com orientações práticas para quem quer virar dono de supermercados

As palestras, assim como todas as capacitações oferecidas no evento são gratuitas. Com temas como 'Supermercado: origem, conceitos, e as principais atribuições do gerente', 'Como formar uma boa equipe' ou 'Como alcançar sucesso com supermercado', Polese tem garantido a lotação de suas palestras. O consultor atua na área há 30 anos. Por 16 anos, foi supermercadista e é sócio-fundador da Associação Gaúcha de Supermercados. "Como proprietário, paguei caro por muitas coisas que fiz errado e tive que aprender sozinho".

Há uma década criou uma firma de consultoria e em 2000 lançou no Rio Grande do Sul, a 'Expo Supermercados'. Trata-se de uma feira montada em forma de supermercado. O evento itinerante está na sexta edição e todo ano é montado na capital e em seis cidades do interior. Pela primeira vez, ele trouxe esta exposição para dentro da Feira do Empreendedor. Em um espaço de 400 metros quadrados, foi montado o supermercado-modelo. Assim, as suas palestras são demonstradas na prática.

Dicas

O consultor ensina que o supermercadista, independente do tamanho do negócio deve estar preparado para "alcançar a maior rentabilidade possível de maneira simples e adequada". Para isso, ele diz que há alguns pontos-chaves para o supermercado nota 10. São eles: bom atendimento, limpeza, preço, qualidade e variedade, organização das gôndolas, preços legíveis e visíveis, confiança, proximidade do consumidor, estacionamento e segurança.

Para quem inicia um pequeno negócio, ele esclarece que a lucratividade sempre vai estar entre 3% e 5% do valor investido. "O

comerciante precisa estar com os pés no chão e não pensar que sairá lucrando, apesar do setor de alimentação ser lucrativo precisa dedicação total". Ele lembra que não há folga nos fins de semana e feriado. "São nesses dias que os pequenos comércios faturam mais", ressalta.

A apresentação dos produtos, que devem estar dispostos de forma vertical e não empilhados na horizontal são detalhes importantes enfatizados por ele. "A embalagem colorida agrada o cliente, bem como preços bem legíveis", destaca. Na aparência dos produtos, o consultor chama atenção para os hortifrutigranjeiros que a cada dia atraem mais clientela, precisam ser sempre de boa qualidade e com preços atrativos". A questão do preço é um dos capítulos mais detalhados na palestra. Até a forma de conduzir o cliente no supermercado induz ao consumo.

O entrada tem que ser sempre pela direita. "Tem mercado que o cliente entra pelo meio da loja ou simplesmente por qualquer parte". Logo na primeira gôndola, devem estar expostas as ofertas ou promoções, o que cria no comprador a sensação de que fará boas compras. Produtos como arroz e feijão jamais devem estar logo na entrada do estabelecimento. Devem ser colocados no meio, depois do cliente já ter passado por algumas gôndolas, como de enlatados. Para estabelecer o preço de venda das mercadorias, o ideal é acrescentar o valor dos impostos sobre o valor do custo e então calcular o preço de venda, ensina.

Para ter idéia de quanto seu negócio vai ter de lucro, o consultor informa que o açougue representa 20% da venda total de um supermercado, derivados de leite e embutidos 12%, hortifrutigranjeiros 10% e fiabreria 6%. A padaria representa 12%. Mas para isso é preciso oferecer pão quente a toda hora. "O comerciante deve manter a boa qualidade e estar atento aos perecíveis que são os produtos que garantem a lucratividade", explica.

Para quem não é do ramo e decide investir no negócio, ele diz que o ideal é começar em um espaço de até 100 metros quadrados. O retorno será sempre proporcional ao investimento, mas na margem dos 3% a 5%, reforça Clóvis Polese. Ele ainda ressalta que o maior problema do empresário ainda é trabalhar com amadorismo. "Nos pequenos empreendimentos costumamos constatar um total de 80% de vendas a prazo e 20% à vista, quando o ideal é exatamente o contrário". Além disso, ele lembra que o empreendedor não deve vender a prazo sem garantias, como costuma acontecer. "A venda fiada empurra as empresas para o desaparecimento", alerta.

Serviço:

Sebrae no Rio Grande do Sul – (51) 3216-1006

Agência Sebrae de Notícias – (61) 3348-7494

Clóvis Polese - (51) 3333-3272 – www.exposupermercados.com.br