

## ARTIGO

Hey! Artigos podem ser enviados para [geracaoe@jornaldocomercio.com.br](mailto:geracaoe@jornaldocomercio.com.br).  
Os textos para este espaço devem ter no máximo 2200 caracteres e estarão sujeitos à edição.

## A febre dos mercadinhos que valorizam a experiência do cliente

O conceito de superproximidade que nasceu junto aos mercadinhos dentro de condomínios residenciais chamou a atenção dos grandes players do setor varejista pelo País, visto que, diariamente, investem no formato pelas ruas das grandes metrópoles brasileiras. De acordo com um levantamento realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), os conhecidos mercados de vizinhança são responsáveis por 35% do volume de vendas do setor de varejo de autosserviço. Esse dado é reforçado quando olhamos para as informações disponibilizadas pela Associação Brasileira de Supermercados (Abbras), que contabiliza mais de 15 mil lojas da modalidade no País.

Toda essa visibilidade para o setor não é à toa, os mercados de superproximidade, que começaram como uma tendência, seja pelo pequeno

ou grande negócio, hoje são febre em diversos pontos. Com uma oferta de produtos que atende o consumidor perto de casa, do trabalho, da faculdade ou até mesmo na mesma quadra - caso dos minimercados em condomínios -, este tipo de estabelecimento caiu na graça dos clientes.

Isso porque essa modalidade funciona com a operação enxuta, que muitas vezes conta com ferramentas de autoatendimento, com um mix selecionado de produtos e vantagens oferecidas para pagamentos digitais. Esse tipo de comércio valoriza o tempo e leva em consideração a opinião de quem compra, visto que o consumidor encontra o que precisa a poucos passos, sem precisar se deslocar para um supermercado ou hipermercado, por exemplo, enfrentar trânsito, gastar combustível e ainda ter de lidar com longas filas.

Desse modo, uma das

engrenagens essenciais para manter o setor rodando é visualizar a experiência do consumidor como o ponto de virada de cada negócio. O cliente precisa estar no centro das atenções, ainda mais para que o varejista consiga se aproximar e, assim, compreender os hábitos de consumo que movimentam estes mercados.

### Tendências do varejo pelo mundo

Esse assunto foi tema da NRF Retail's Big Show 2024, considerado o principal evento de varejo no mundo, que apresentou algumas tendências que já fazem parte da composição dos mercados de superproximidade, como a personalização e a experiência do consumidor. Isso porque este segmento já internalizou que entender a jornada de compra do cliente, ainda mais a sua seleção de consumo, é essencial para elaborar um mix de produtos que atendam a necessidade e



**GUILHERME MAURI**  
CEO da Minha  
Quitandinha, rede de  
minimercados autônomos

fala de mercados autônomos, que já utilizam a IA para gerir as operações, para mapear hábitos de consumo, administrar meios de pagamentos e até para realizar o controle de estoque dos estabelecimentos. A tecnologia é uma grande aliada no *customer experience*, além de também ser um dos pilares para esse fortalecimento dos minimercados pelo país.

Assim, a febre dos mercados de superproximidade segue fortalecendo pequenos estabelecimentos e ganha competitividade com grandes varejistas, porque coloca as necessidades do cliente no centro, conquista mais presença em localidades nas quais não eram cobertas pelos supermercados e geram oportunidades de investimento para aprimorar o uso de tecnologia no dia a dia do empreendedor e do consumidor. Esse tipo de negócio estimula um movimento acirrado ao mesmo tempo que enriquece o segmento do varejo, em um nicho muito estimado pelos clientes, que era mais conhecido como uma quitanda, um mercadinho de bairro.

## BOM SABER

dicas, sugestões, informações



Conhece outros negócios que estão retomando suas atividades? Conta para o GeraçãoE por meio das redes sociais. Esperamos as tuas sugestões no Instagram (@jgeracaoe).

## Após 35 dias fechado e com um prejuízo de R\$ 300 mil, Espaço Cultural 512 reabre na CB

**STÉFANI RODRIGUES**  
@stefanirodrig

Depois de 35 dias fechado em decorrência das enchentes, o Espaço Cultural 512, que está presente no coração da Cidade Baixa há 17 anos, voltou a operar na última sexta-feira (7).

De acordo com Guilherme Carlin, sócio do local, as perdas causadas pela água se estendem a mobiliários, obras de arte, insumos, equipamentos de refrigeração, computadores, equipamentos de som e danos

à própria estrutura do imóvel, que foi invadido por cerca de 1,5 m de água. Somando as reposições, os consertos e os dias fechados, a estimativa do empresário é de um prejuízo de aproximadamente R\$ 300 mil.

O local lançou uma campanha de apoio por meio da plataforma Apoia.se ([apoia.se/espaco512](https://apoia.se/espaco512)) chamada Re-Existência para a reestruturação da casa. Até o momento, o negócio já arrecadou cerca de R\$ 14 mil por meio de doações. "Esse apoio tem sido muito

gratificante, pois vemos como nosso trabalho ao longo de 17 anos impacta a vida das pessoas, o quanto as pessoas têm suas memórias afetivas ligadas ao espaço", conta Guilherme.

O empreendedor lembrou um sentimento de luto semelhante ao que passou durante a pandemia da Covid-19, quando o 512 passou 10 meses fechado. Entretanto, Guilherme acredita que, junto da comunidade de apoiadores fiéis, a casa vai se reerguer rapidamente.



Rafael Corte e Guilherme Carlin são sócios do Espaço Cultural 512

O Espaço Cultural 512 fica na rua João Alfredo, nº 512, na Cidade Baixa. O negócio opera na quinta-feira, das 19h à 1h. Nas sextas e sábados, o funcio-

namento é das 20h às 3h. Aos domingos, das 19h à 1h.

A agenda do Espaço Cultural 512 pode ser conferida no Instagram (@espacocultural512).