

## O Canal de Distribuição Lojas de Conveniência

### O Que é Conveniência? Como se Caracteriza Uma Loja de Conveniência? Que Tipo de Produtos Elas Comercializam?

Como conveniência, entende-se as mercadorias adquiridas geralmente a partir de necessidades diárias de consumidores, mesmo quando existem comparações de preço e qualidade.

A partir desse conceito, pode-se dizer que esse importante canal de distribuição surgiu – nas grandes metrópoles – com a finalidade principal de vender alimentos e artigos de primeira necessidade a determinados consumidores.

Dessa forma, podemos afirmar que as Lojas de Conveniência são pequenas lojas que oferecem variedade e profundidade restritas. Ou seja, sua linha de produtos é limitada, embora seus produtos sejam de alta rotatividade.

Localizado próximo às áreas residenciais de grande circulação, esse tipo de loja possui instalações de no máximo 250 m<sup>2</sup> e abre muitas horas ao dia – às vezes 24 horas, durante os sete dias da semana.

As Lojas de Conveniência trabalham com margens de lucro mais elevadas para compensar seus elevados custos operacionais e um menor volume de vendas. Operam sob o sistema de auto-serviço e satisfazem importantes necessidades dos consumidores para completar compras fora dos horários ou quando têm pouco tempo.

Não concorrem com as compras mensais das famílias nos supermercados e, por isso mesmo, seu formato é adequado às tendências de praticidade e rapidez no atendimento exigido pelo público hoje em dia.

Uma das principais vantagens das Lojas de Conveniência é o tipo de serviço oferecido aos consumidores, pois enquanto as famílias satisfazem a maior parte de suas necessidades alimentares nos supermercados, há espaço para compras não planejadas e especialidades não oferecidas nas grandes redes de lojas.

Além disso, pela conveniência da proximidade com os consumidores acabam absorvendo boa parcela de consumo que é impossível de ser atendida pelos supermercados – por exemplo.

Como são pequenas e com menor custo administrativo as Lojas de Conveniência podem abrir dia e noite e, portanto, acabaram se tornando uma ótima opção de compras em certos períodos do dia. As características da vida urbana fazem com que as compras noturnas apresentem maior valor agregado por produto, especialmente em determinadas categorias.

Hoje em dia já existem no Brasil algumas redes de Lojas de Conveniência que possuem poder de compra muito maior que uma loja individual, tais como a Select, a Stop & Shop, a BR Mania e a AM & PM. Na rede Shell,

por exemplo, o abastecimento da maior parte dos itens é feito pelo maior atacadista do país – o Grupo Martins. Os preços de venda ficam ligeiramente acima dos praticados pelos supermercados, mas dentro de limites razoáveis. Essa rede oferece suporte gerencial e treinamento aos seus franqueados e, com isso, o trabalho gerencial de cada loja é facilitado.

O *mix* de produtos oferecidos pelas Lojas de Conveniência se concentra nas marcas líderes das categorias de produtos mais consumidos. Trata-se de produtos pelos quais muitos consumidores pagariam um pouco mais do que se fossem aos supermercados ou lojas de especialidades.

A principal desvantagem das Lojas de Conveniência é que elas têm poder de compra menor do que outros canais de distribuição e, em consequência disso, seus prazos de pagamento são mais reduzidos do que os dos supermercados e atacadistas – por exemplo. Dessa forma, os consumidores acabam pagando um pouco mais em troca da conveniência na hora da compra.