

# Empresários adotam estratégias para competir no mercado das pizzarias

O Brasil tem 36 mil pizzarias. Por isso, a concorrência nesse ramo é bem acirrada. Para atrair e conquistar mais consumidores, o empreendedor precisa criar estratégias de venda e abusar da criatividade nas receitas para se destacar nesse mercado.

Pelas imagens de dar água na boca fica fácil saber o motivo do sucesso das redondas. Na capital paulista são 6,3 mil pizzarias. Cerca de 80% dessas empresas trabalham apenas com entregas, no sistema chamado delivery. A concorrência é grande e exige rigor na gestão para não perder a clientela e o faturamento.

Em uma rede, o crescimento das vendas no primeiro semestre de 2015 foi menor do que o esperado. O resultado é comemorado, porque vai na contramão do setor, que teve uma retratação entre 17% e 25%, segundo a associação que representa as pizzarias.

“Vejo ainda como bom o crescimento, embora esperando 23% cresceu 8%, não era o que imaginávamos, mas olhando para o mercado estamos satisfeitos”, diz Elidio Biazini, franqueador da Dídio Pizza.

As três lojas próprias e as 21 franquias no estado de São Paulo só trabalham com sistema delivery.

“A pizza caiu no gosto do brasileiro, é um produto de uma aceitação muito boa, que tem custo interessante e, conseqüentemente, você tem penetração em várias classes, A, B, C”, conta Ricardo Salles, fraqueado da Dídio Pizza.

Para eles, o momento de retratação da economia foi uma oportunidade para aumentar o número de clientes.

“Uma vez que as pessoas estão deixando de sair fora porque tem que gastar dinheiro com gasolina, estacionamento... Você fazendo delivery atende a necessidade do cliente com um custo benefício interessante”, diz Ricardo Salles.

Fonte: Portal G1, Globonews, Conta Corrente.

Edição do dia 10/07/2015

10/07/2015 23h03 - Atualizado em 10/07/2015 23h03