

PAINEL PERMITE TROCA DE EXPERIÊNCIAS ENTRE SUPERMERCADISTAS DE DIFERENTES MODELOS DE NEGÓCIOS

Executivos se reúnem para debater sobre as oportunidades trazidas pela inovação aliadas ao legado do varejo tradicional

O futuro do segmento supermercadista e suas novas tendências foi a temática do painel “Supermercado 4.0 – Reinventando o negócio”, moderado por Ronaldo dos Santos, presidente da APAS (Associação Paulista de Supermercados) e membro do conselho de administração do COVABRA, com participações de José Evaldo Koch, CEO do Grupo Koch Hipermercado; Fábio Rodas Blanco, CEO e cofundador do Shopper.com.br; Rodrigo Miranda, fundador da Zaitt e Marcos Samaha, CEO do Grupo Tenda Atacado, que ocorreu na tarde dessa quarta-feira (08).

“Nossos negócios estão sendo altamente pautados pela tecnologia, por isso, queremos impactar o supermercadista com a inovação”, comentou o presidente da APAS, que trouxe ao painel a possibilidade de troca de experiências entre modelos de negócios tão diferentes para a inspiração dos supermercadistas.

CADA CANAL, UMA ESTRUTURA

José Evaldo Koch, que lidera o grupo de atacarejo com seu nome, explicou sobre o crescimento dos negócios. No último ano, o Koch Hipermercado expandiu em 33% e, em 2019, já soma 38%. Hoje, a empresa conta com 20 milhões de clientes em cinco diferentes formatos: o supermercado, com grande variedade e perecíveis, que faz com que o cliente compareça ao local todos os dias; o atacarejo, que está em ascensão e tem vantagens competitivas por conta do preço e volume dos produtos; as lojas *express*, com serviço personalizado, proximidade e forte setor de perecíveis; o e-commerce, que está em crescimento e prepara a empresa para o futuro; e, por fim, o aplicativo mobile, para promoções diferenciadas.

“Canais diferentes demandam estruturas diferentes, como setor comercial e administrativo, porque cada negócio é um. As vantagens são que o cliente não é fiel às marcas supermercadistas ou ao formato, tudo vai depender de sua necessidade. Assim, se você tem um formato específico, não disputa mercado. Buscamos ser os mais competitivos”, explicou Koch.

TRADIÇÃO X MODERNIDADE

Marcos Samaha, que atua há 20 anos no mercado de varejo e atacado, contou que o Grupo Tenda Atacado é tradicional em sua essência, no entanto, moderno em suas estruturas. O propósito da companhia é atender a necessidade de pessoas físicas e jurídicas. Só no Brasil são 34 lojas de atacarejo, e-commerce, postos de combustíveis, televendas, lanchonetes e atacado distribuidor. De acordo com o CEO, este formato se tornou refúgio da família



brasileira nos momentos de crise e tem mais de 50% de penetração nos lares brasileiros, número que só cresce por conta do preço e simplicidade.

“Queremos atender o consumidor de forma mais personalizada possível, menos massiva e com uso de dados. Conhecer o consumidor é um passo a ser aprofundado, além da experiência de compras com menos atrito, queremos relacionar o e-commerce com o ambiente físico para conectar o cliente conosco”, contou Samaha.

USO DE DADOS E EFICIÊNCIA

Rodrigo Miranda, fundador da Zaitt, explicou o formato inovador de sua loja autônoma. Com uma unidade fundada há mais de um ano em Vitória, no Espírito Santo – que quadruplicou seu faturamento desde o ano passado - e outra há um mês, em São Paulo, o modelo de negócios tem muito de tecnologia e varejo tradicional. Sem caixa ou funcionários e aberto 24 horas, há eficiência de mão-de-obra, disponibilidade aos clientes e recolhimento de dados, já que é necessário um cadastro para entrar nas lojas. A vantagem? De acordo com Miranda, é não parar de inovar nunca.

“Para nós, por incrível que pareça, a loja de São Paulo já está atrasada. Estamos trabalhando com dados para modernizá-la cada vez mais. Temos a desvantagem da falta do fator humano toda hora olhando estoques, por exemplo, mas temos muitos softwares. Nos entendemos também como uma empresa de tecnologia e fechamos contrato de operação com o GPA (Grupo Pão de Açúcar) porque entendemos que o varejo tem muito a nos trazer quando falamos de legado e aprendizado”, disse Rodrigo Miranda.

CONHECIMENTO DO PERFIL DO CONSUMIDOR, O SEGREDO

Por fim, Fábio Rodas, cofundador da Shopper.com.br, falou sobre o supermercado 100% online, fundado em 2015. A plataforma cresce, ao mês, de 20% a 35% e conta com o cadastro de 90 mil pessoas. A ideia é encurtar o processo de compras do cliente - que adquire seus produtos com a rapidez de um clique - além de ter preços mais baixos do que um e-commerce tradicional por conta do uso de dados dos clientes fidelizados para a previsibilidade, que é essencial na negociação com o fornecedor, e estoque reduzido, já que a maior parte dos produtos é adquirido depois da escolha do consumidor.

“O propósito é construir um mundo no qual os produtos essenciais chegam à casa das pessoas com a mesma facilidade que a água sai da torneira. O desafio do mundo online ainda existe, mas atraímos clientes por conta do bom contato e, quando fazemos uma boa entrega, acontece a indicação boca-a-boca, ainda essencial para nós, já que ajuda a atrair mais clientes”, explicou Rodas sobre o negócio.

Sobre a APAS Show 2019

Em 2019, a APAS Show ocorre de 06 a 09 de maio no Expo Center Norte, em São Paulo, com a área de exposições ampliada – serão agora cinco pavilhões frente aos quatro até



ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS

Rua Pio XI, 1.200 | CEP: 05060-001 | São Paulo - SP
Tel.: +55 11 3647-5000



SUPER HACK apax show

HACKEANDO O SUPERMERCADO
6 A 9 DE MAIO DE 2019
EXPO CENTER NORTE

então ocupados, garantindo ainda mais espaço para expositores internacionais, salas de reunião de negócios e atendimento exclusivo ao público estrangeiro.

No Congresso de Gestão Internacional do evento, as mais de 70 palestras girarão em torno da temática “SuperHack: Hackeando o Supermercado” e buscarão proporcionar ao congressista formas de se repensar a maneira de existir do supermercado: reimaginar, reinventar e reconstruir a operação, a gestão, os processos e as tecnologias.

www.apasshow.com

Sobre a APAS – A Associação Paulista de Supermercados representa o setor supermercadista no Estado de São Paulo e busca integrar toda a cadeia de abastecimento. A entidade tem em torno de 1.500 associados, que somam mais de quatro mil lojas.

Gestão de relações com a mídia APAS Show 2019

Approach Comunicação - 11 3846-5787

João Carlos Godoy - joao.godoy@approach.com.br - ramal 31 - 11 9 6916-6753

Ana Claudia Camara - anaclaudia.camara@approach.com.br - ramal 71 - 11 9 6318-2165

