

## 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



**APAS**  
ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS

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

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](http://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](mailto:joao.godoy@approach.com.br) - ramal 31 - 11 9 6916-6753

Ana Claudia Camara - [anaclaudia.camara@approach.com.br](mailto:anaclaudia.camara@approach.com.br) - ramal 71 - 11 9 6318-2165

