

REPORTAGEM ESPECIAL

É preciso se adaptar: mudanças vieram para ficar

Giana Milani, especial para o JC
 @milanigiana

O comportamento dos consumidores fez com que o setor direcionasse o olhar para o atendimento omnichannel, englobando todos os canais, como o WhatsApp, o Facebook, o Instagram, a central de atendimento por telefone e o aplicativo próprio, desencadeando a evolução das lojas. “Até os supermercados de bairros se organizaram para oferecer tele-entregas por WhatsApp e por telefone”, salienta Francisco Brust, coordenador de Capacitação da Agas.

O delivery funcionava há apenas dois meses na Rede Super Stangherlin, de Santa Maria, quando a pandemia começou. “Sempre acreditei nessa tendência. Fomos pioneiros nesse quesito na minha cidade, e o meu supermercado também foi o primeiro a vender na Delivery Much no Brasil”, conta a empresária Isadora Stangherlin, que estima um aumento de 70% de vendas na modalidade desde 2020. Por conta da alta procura, de acordo com ela, foi necessário interromper o delivery em algumas ocasiões, pois não estava sendo

possível atender à alta demanda.

Além de um aplicativo próprio, que promove ofertas exclusivas, a rede conta com atendimento por meio do WhatsApp. “O digital já é uma realidade. O cliente não mudou, ele aprendeu uma outra modalidade de compra, sendo ela uma nova opção para os dias corridos. A pandemia potencializou o e-commerce, porém, como é algo relativamente novo no ramo, sempre temos o que aprender, melhorar e atualizar, procurando mais interação nas redes e maior conexão com o nosso público”, avalia a estreadora na Expoagas, que busca no evento as novidades para melhor a experiência de compra do consumidor, seja em que canal for.

A também empresária Patrícia Machado, do Supermago Supermercados, de Porto Alegre, enfatiza que os supermercadistas acreditavam que o avanço do e-commerce seria lento. “Seria algo a pensar para daqui a uma década. Porém, os dados comprovam o boom que o e-commerce teve, visto que 80% dos brasileiros usam o smartphone para realizar compras e pagamentos e as vendas online no País também cresceram em dois anos”, explica.



MARCELO KUCZURA/DIVULGAÇÃO/JC

Isadora implementou o delivery em seu supermercado em Santa Maria dois meses antes da pandemia

Patrícia participa do evento há mais de 10 edições e aguarda para ficar por dentro das novidades dos produtos, de tecnologia e demais serviços de gestão empresarial. “A Expoagas proporciona conhecimento, atualização, aproximação e net-

working, o que é fundamental para o crescimento das empresas do Rio Grande do Sul, considerando que são diversos os setores envolvidos na cadeia supermercadista. Para todos que trabalham diretamente ou indiretamente, é imprescindível

acompanhar tudo”, comenta.

“Destas vezes, espero encontrar maior variedade de produtos orgânicos, embalagens desenvolvidas para diminuir o impacto ao meio ambiente e demais tecnologias para otimizar o dia a dia”, projeta.

Tecnologia e evolução devem estar sempre no radar

A gaúcha Open Solution é expositora desde 2001 na Expoagas. E em mais de duas décadas de prestação de serviços para o setor do varejo, o diretor Marcos Arjona contabiliza que já pôde colocar em prática uma série de projetos nos supermercados do Estado. Em 2022, pretende trazer novidades que podem auxiliar da gestão à expansão do negócio. Entre os objetivos, está apresentar aos supermercadistas a importância da gestão e dos processos bem alinhados dentro de um ERP (Enterprise Resource Planning, em português, plano de gestão integrado), ou seja, um sistema que traz funcionalidades customizadas para cada negócio.

A empresa atua em serviços que envolvem setores e a jornada do cliente dentro de um supermercado. Isso inclui o desenvolvimento de aplicativos e sites de e-commerce, frente de caixa (como ferramentas de controle

de vales, pagamentos de fatura e cartão fidelidade), fiscal (como auditoria de notas fiscais de entrada e banco compartilhado de alíquotas e tributos), estoque (como gráfico de vendas, sugestão de pedidos e controle de posicionamento da mercadoria no estoque), financeiro (como fluxo de caixa, acompanhamento de vendas em tempo real e demonstrativo de resultados).

Na prática, o ERP pode reunir informações e dados relevantes do negócio, facilitando o dia a dia do time e dos gestores e até ajudar na redução de custos através da análise de desperdício de mercadoria com o controle do estoque, da validade e da sazonalidade. O fornecedor foi parceiro da Agas em 2021 no desenvolvimento e lançamento do aplicativo Agas Total, uma plataforma de consulta de fornecedores de produtos, equipamentos e serviços para o varejo e para a cadeia de abastecimento gaúcha.

“Teremos no evento, ainda, algumas soluções para lojas autônomas, como totens. Pretendemos abrir um leque de oportunidades. Desde 1995, estamos trazendo soluções para os nossos clientes e continuaremos sempre assim”, ressalta Marcos.

E é visando à implementação de novidades no negócio que Leonardo Giovelli, do Supermercado Cegil, de Giruá, sairá do Noroeste do Estado para visitar a Expoagas.

“Estamos avaliando, criteriosamente, investimentos em e-commerce, CRM e comunicação de compras e itens que acreditamos serem necessários. Venho de família de supermercadistas, e a Expoagas está no nosso calendário há muitos anos. É um momento para buscar um fôlego antes do final do ano, compreender as tendências que vêm por aí e estreitar o relacionamento com os fornecedores”, planeja o empreendedor do interior do Estado.

Consumidores e empresários passaram por renovação

Brust cita que, dentre outras características que fazem parte do cenário atual e que devem influenciar o futuro do segmento, está a adaptação do consumidor em relação às escolhas nas gôndolas, associadas ao aumento da inflação e que impactam a economia dos negócios do setor.

Com o crescimento, segundo ele, de 25% nos preços dos alimentos nos últimos anos em todo o mundo, as pessoas tiveram que repensar suas compras. “Quem comprava carne bovina está comprando a de frango, quem optava pelo frango está comprando em promoções de suíno e quem comprava suíno passou a consumir mais ovo, por exemplo. Como a renda do consumidor não acompanhou o aumento da inflação, os supermercados, com esse cenário, tiveram que baixar suas margens”, explica. Outro fator que impactou nas margens foi o aumento da concorrência, com a inauguração de cerca de 1,2 mil lojas no Estado desde 2019.

Ou seja, é tendência que o supermercadista busque economizar,

por meio de alternativas diversas, inclusive no consumo de energia. “Em supermercados que não estão em imóvel alugado, o maior custo fixo é com energia elétrica. Então, é muito rentável a geração própria de energia fotovoltaica, independentemente do tamanho da operação. A economia obtida possibilita a relocação desse investimento na empresa, o que acaba gerando melhorias para os clientes finais e aos colaboradores”, justifica Marcus Vinícius Wagner, sócio-proprietário da Lumenk, empresa de energia solar que participa pela primeira vez da Expoagas.

Devido aos benefícios, o empresário considera o mercado aquecido e revela que tem observado um aumento na procura de supermercados interessadas na geração própria de energia. Wagner destaca que uma das maiores usinas de geração de energia solar fotovoltaica (UFV) em telhado no RS é, inclusive, no centro de distribuição de uma rede de supermercados localizada na cidade de Santa Maria.