



Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br



Além da edição impressa, as notícias da coluna Minuto Varejo são publicadas ao longo da semana no site do JC. Aponte a câmera do celular para o QR Code e acesse. jornaldocomercio.com/minutovarejo



Grupo SIM expande no Brasil com Petronas

Rede do Rio Grande do Sul, com quase 200 unidades, busca ampliar relação com clientes focando na conveniência

O que fez a rede gaúcha SIM, de Flores da Cunha, na Serra, maior bandeira independente do Brasil com quase 200 unidades e foco no Sul do Brasil, firmar um acordo com uma das grifes globais de combustíveis, a Petronas, a mesma da Fórmula 1? “Confiança e proximidade de cultura”, pontuou o superintendente do Grupo SIM, Diego Argenta, durante o videocast da coluna, que pode ser conferido na íntegra no canal do Jornal do Comércio no YouTube e Spotify. A parceria, oficializada em 2023, atinge a maior economia do Brasil, São Paulo, e demais estados do Sudeste e Centro-Oeste. A entrada da SIM ocorre por meio da distribuidora Nexta, que é hoje do grupo gaúcho e ex-TotalEnergies, da bandeira Total, que vira Petronas. Além do negócio com a gigante malásiana, o grupo é dono da Charrua. São 10 operações, da indústria do setor ao varejo. Na operação de postos, Argenta falou sobre o desafio de resolver a vida dos clientes, além do abastecimento, e de um curioso desafio que colocou para os times das lojas de conveniência: “Nosso sonho é vender o mesmo número em pães de queijo em segundos (risos) que o de combustível”.

Minuto Varejo - Como é a disputa no setor de combustíveis?

Diego Argenta - O varejo de combustíveis se concentra prin-

cipalmente no poder na distribuição e não na revenda, no varejo em si. Ostentamos a marca SIM e Charrua, que é do grupo. Somos a maior rede de postos e lojas de conveniência de operação própria no País. São quase 200 unidades concentradas no Rio Grande do Sul, em Santa Catarina e no Paraná. Trabalho sempre focado no consumidor, que coloca a marca como a mais lembrada e preferida, como no Marcas de Quem Decide. Vendemos aproximadamente 1 bilhão de litros de combustível ao ano, são 32 litros por segundo. Nosso sonho é vender o mesmo número de pães de queijo em segundos (risos). Hoje são 11 a 12 pães por minuto.

MV - O que representa o braço de conveniência?

Argenta - A gente sempre cresce o dobro de participação de não combustíveis do que a gente cresce de combustível. Um dado simples: se não tivéssemos loja de conveniência nas nossas operações, seríamos deficitários. Como já dizia Abilio Diniz (empresário, ex-Pão de Açúcar, que faleceu em 2024), as quatro coisas mais importantes do varejo são: a primeira é ponto, a segunda é ponto, a terceira é ponto e a quarta é o resto. O grande desafio das nossas lojas é encontrar o papel junto aos consumidores. O varejo de conveniência, a exemplo do de combustível, desenvolveu-se pelo mo-



Confiança e banheiro limpo são valores para os clientes, diz Argenta

delo de franquia, com operadores de postos colocados para operar lojas. Então, ele foi um modelo que chegou com um modelo de precificação mais alto, com uma estrutura que não tinha muito uma identidade de canal. Já conseguimos trazer para o mercado gaúcho uma identidade de conveniência e um propósito desse varejo na vida do consumidor para vários momentos.

MV - Como se diferenciar em um mercado em que os preços dos combustíveis são muito parecidos?

Argenta - Se a gente se olhar como revendedor de combustível, que é o nosso core, estamos errados. Somos prestadores de serviço para o cliente. Quanto mais participar da jornada dele melhor. Ele

vai, em média, duas vezes por mês ao posto. Mas a necessidade de comer, fazer um lanche, uma reunião de negócio ou outra atividade de rotina é muito maiores. O nosso propósito é facilitar a vida das pessoas em movimento todo dia. Como faço isso? Começa com um banheiro limpo. Somos obcecados por banheiro limpo. Isso garante confiança, que é um dos nossos valores. Quanto mais a gente participar da jornada dos clientes, com mais soluções de conveniência, inclusive o combustível, mais estaremos acertando na nossa proposta de valor.

MV - Como o SIM conquistou a Petronas?

Argenta - A Petronas, que é da Malásia, tem projeto de expansão da marca para cinco paí-

ses. O Brasil foi um dos escolhidos. Temos uma parceria já em revenda e distribuição de lubrificantes no Rio Grande do Sul e São Paulo, e o grupo gostou do nosso trabalho. Nosso presidente, o Neco Argenta, sempre fala: “O caminho se faz caminhando”. Fomos mostrando o nosso modelo. A Petronas é uma das marcas com maior retorno por dólar investido. O grupo visitou nosso varejo e gostou do modelo de operação. Temos alinhamento de valores. Além disso, os orientais buscam relações de longo prazo e têm um cuidado absurdo com relação a marca, com a proposta de valor com o cliente. Olharam o jeito que a gente faz as coisas por aqui, que é a nossa cultura.

MV - Como vai ser a parceria na prática?

Argenta - O projeto da Total (agora Nexta) em distribuição é mais voltado ao Centro Oeste e Sudeste e farão parte do ecossistema Petronas. Os postos da Total gradualmente passam a ser Petronas. Já temos dois próprios em São Paulo. No Sul, continuaremos como rede SIM e Charrua, o que faz muito sentido. O projeto do grupo da Malásia é Brasil, inclusive vindo para o Sul, mas com unidades de terceiros. Vamos usar com mais força a Petronas acima do Paraná, e o plano é avançar no Brasil. O desafio é estar em mil postos Petronas nos próximos cinco anos.

Coluna de segunda

Reportagem vai mostrar que o Centro de Porto Alegre ganhou mais operações comerciais desde a pandemia de Covid-19 e mesmo após a enchente histórica de 2024, segundo pesquisa exclusiva do SindilijasPOA para a coluna.



No Ponto

▶ O **Supermercados Kern** ganha a quinta loja hoje (foto), com a reabertura da unidade do ex-Nacional, em Novo Hamburgo. A loja volta com self-checkout, máquina de café, equipamento para açaí, adega com serviço para servir espumante e pade-



SUPERMERCADOS KERN/DIVULGAÇÃO/JC

ria com autoatendimento. A rede, que tem mais duas lojas em Ivoti, uma em Dois Irmãos e outra em Xanxari-Lá, manteve 27 empregados da antiga operação e contratou mais 35 pessoas. Foram investidos R\$ 9 milhões na reforma.

▶ O **Fort Atacadista** abriu seleção para 70 vagas no atacarejo que vai abrir em Gravataí. Será a sexta loja no Estado.

▶ Tem **Feirão de Empregos**, na segunda-feira, no Sine de Cachoeirinha.

▶ A **Lenny Niemeyer**, de moda feminina beachwear e resortwear, abre sábado no Iguatemi Porto Alegre. É a primeira unidade da marca no Estado, com 27 lojas pelo País, além

de ter coleções em 250 pontos de venda no atacado e mais de 150 multimarcas internacionais. Em 2025, a rede terá mais duas novas filiais.

▶ A **Madame Chique**, de alfaiataria feminina, e **Milon**, de moda infantil, diversificam o mix do Moinhos Shopping, do Grupo Zaffari.

▶ Dia das Mães: nos **shoppings Gravataí e Passo Fundo**, gasto acima de R\$ 400,00 ganha brinde de kit da Natura, até domingo, um por CPF, enquanto tiver estoque. No **Pelotas Shopping**, compras acima de R\$ 400,00 ganham colar com pingente banhado a ouro. O **Pop Center**, no Centro Histórico da Capital, tem sorteio para gasto acima de R\$ 50,00 até sábado, com prêmios Spa completo (1º lugar), vale-compras de R\$ 1 mil (2º) e cesta especial (3º). O **grupo Oscar** projeta alta de 30% nas vendas das unidades da Paquetá

e Gaston.

▶ Para desafiar os bolsos de filhos e filhas, os preços para o **Dia das Mães** estão mais salgados este ano. A **CDL Porto Alegre** aponta alta de 5,7% na inflação da data, segunda em vendas no varejo, em 12 meses (abril de 2024 a março de 2025) na Região Metropolitana de Porto Alegre (RMPA), ante IPCA de 5,1% no mesmo período. O economista-chefe da CDL-POA, Oscar Frank, diz que a variação segue elevação geral do indicador. “É fundamental que os consumidores realizem pesquisas de preços e ajustem seus gastos ao orçamento”, orienta Frank. O economista listou 34 itens mais buscados. Entre as maiores altas, considerando presentes que despontam nas pesquisas, estão joias (21,5%), perfume (11,8%) e pacotes turísticos (10,3%). Entre as baixas, bolsa teve queda de 7%.



VIDROBOX

- Vidros Gerais

DESDE 1971

Temperados - Laminados - Termo-acústicos

Controle solar - Texturizados - Múltiplos

vidrobox@vidrobox.com.br - (51) 3302 - 4343