



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 J.C. Aponte a câmera do celular para o QR Code e acesse.

jornaldocomercio.com/minutovarejo



'Queremos fechar 2027 com 60 lojas', diz Zaffari

O Rio Grande do Sul tem uma espécie de rei dos atacarejos. O maior grupo do segmento é a Comercial Zaffari, dona da bandeira Stok Center, que chegou a 30 unidades em 2023. Até 2027, o grupo, com sede em Passo Fundo, cujos donos são primos de acionistas do grupo Zaffari, de Porto Alegre e maior supermercadista do Estado, quer alcançar 60 unidades, dobrando de tamanho, revela o presidente da Comercial, Sérgio Zaffari. A coluna falou com o empresário, que comanda o grupo com o irmão Tiago, e depois fez a conta: 30 lojas vezes uma média de R\$ 30 milhões a R\$ 40 milhões por ponto somariam quase R\$ 1 bilhão ou mais em investimentos, projetando valores futuros. Os dois irmãos têm quase a totalidade do capital, que reúne mais 10 supermercados da marca Comercial Zaffari, o shopping Bella Città e outros ativos imobiliários.

O presidente admite que a meta é ser a maior rede do setor. Com os novos Stok Center, o grupo vem acrescentando R\$ 1 bilhão ao ano na receita, que ficou em mais de R\$ 4,4 bilhões em 2023. O ritmo de aberturas vem acelerando, mas os "primos" líderes, que faturaram quase R\$ 7 bilhões em 2022, também elevaram a velocidade de implantação, rendendo-se aos atacarejos. As duas marcas vão se confrontar no formato, pela primeira vez, em Viamão, onde terão loja (notícia da semana passada) na mesma avenida, distante sete paradas. Será que vai ter troca de posições em pouco tempo?

Minuto Varejo - O que o atacarejo tem de diferente do supermercado convencional?

Sérgio Zaffari - O atacarejo é um formato mais simples, com opção de comprar em grandes volumes. Como a gente trabalha com lojas com custo mais enxuto possível e menor nível de serviço, queremos repassar tudo isso aos preços para que o consumidor tenha realmente uma vantagem. Nosso preço de venda tem de ser muito



Presidente conta que, com a expansão do Stok Center, o grupo quer ser referência em atacarejos no Estado

agressivo e muito convidativo.

MV - Quem vai ao atacarejo?

Zaffari - Sempre foi classe C e D, mas já está migrando para classe B e alguns da classe A porque todos querem reduzir o seu custo de vida na alimentação e limpeza. Começamos com 4 mil itens e estamos com 8 mil no mix. A ideia não é mexer muito mais nisso.

Minuto Varejo - As lojas estão ficando menores?

Sérgio Zaffari - Têm ficado menores por dificuldade de acharmos terreno e pela concorrência. Não queremos fazer lojas que fiquem muito ociosas durante a semana também. Têm de ter uma eficiência para não ter um custo fixo muito alto.

MV - O atacarejo vai brigar com o super de vizinhança?

Zaffari - Os formatos de loja de conveniência, supermercado tradicional, atacarejo e hipermercado estão sempre em evolução. Precisamos estar atentos para ver o que o consumidor quer. Nunca descartamos um novo formato de loja. O atacarejo pode ser fornecedor para lojas menores que podemos abrir no futuro, como um "depósito-pulmão" para atender pontos menores. Neste momento,

estamos focados em atacarejos, mas sabemos que este modelo poderá ter saturação e teremos de migrar a outro tipo de loja. Estamos estudando um novo formato.

MV - Lojas de conveniência como o mexicano Oxxo e unidades do Carrefour estão crescendo. É por aí o modelo?

Zaffari - O problema do Rio Grande do Sul é que não temos muitas cidades com densidade demográfica para comportar várias lojas de conveniência, como em São Paulo. Precisamos analisar mais o mercado local, que é mais provinciano do que as grandes metrópoles brasileiras. Mas tudo é possível.

MV - O cartão de fidelidade do clube Stok Center pegou?

Zaffari - Os gaúchos estão usando muito, pois a diferença de preços é muito grande. Mais de 85% das pessoas que passam hoje pelos check-outs têm o Clube Stok Center. Tentamos modelos do Sam's Club e Costco, oriundos dos Estados Unidos, que exigem associação para poder comprar. Acharmos melhor que o consumidor seja livre, sem pagar anuidade. No Brasil, esses modelos não são muito fáceis de implantar. As pes-

soas preferem a adesão espontânea, com vantagens nas compras.

MV - Quantas lojas abrem em 2024 e nos próximos anos?

Zaffari - Serão sete lojas em 2024, a princípio. A partir de 2025, serão seis unidades ao ano. Estamos em fase de projetos e aquisição de terrenos, mas o nosso foco é continuar investindo em atacarejos e ser o referencial neste modelo no Rio Grande do Sul. Queremos fechar 2027 com 60 lojas. Além disso, também reformamos três a quatro filiais antigas por ano. Depois disso, faremos um novo planejamento, dependendo de como o mercado estiver. Nossa expansão é com recursos próprios e o mínimo de capital de terceiros. Temos três formas de implantação dos pontos: terreno e loja próprios, área locada e construção do prédio e o BTS (built to suit), no qual o construtor é dono do terreno, ergue a loja e a gente aluga.

MV - Está mais caro e difícil de achar terreno?

Zaffari - Conseguir imóveis de dois a três hectares em lugares bem posicionados é uma tarefa difícil. Os valores são altos e as aprovações são demoradas. É sempre um desafio a prospecção

da área, a cidade e o local ideal e o potencial da microrregião. Vamos para cidades médias, acima de 50 mil habitantes. É muito trabalho e dedicação porque é o que a gente gosta de fazer.

MV - O grupo buscará quais regiões nos próximos anos?

Zaffari - Estamos atuando em todo o Estado, da Fronteira à Serra, do Planalto à Grande Porto Alegre. Em 2024, vamos chegar a Sarandi, São Borja, Venâncio Aires, São Leopoldo, Novo Hamburgo e Torres e abriremos a terceira loja em Caxias do Sul. Em Santana do Livramento, o terreno ficou um pouco longe e estamos reavaliando a possibilidade de irmos para mais próximo da cidade, para perto da população. Vamos abrir também em Cachoeirinha, mas não posso falar ainda porque não está aprovada a área. Deve ser em 2025. Vamos mapear todas as cidades com potencial no território gaúcho antes de olhar-mos também para outros estados.

MV - Qual foi o impacto da deflação de 2023 no negócio?

Zaffari - O ano de 2023 foi muito desafiador porque, em vez de inflação, tivemos deflação dos alimentos. Foi pior ainda porque a gente comprava os produtos e, no outro mês, estava mais barato, depois mais barato ainda. Era prejudicial ter estoque muito elevado. Tivemos de aprender a ter estoque menor. Vamos ver como a economia vai se comportar daqui para frente para termos maior previsibilidade nos nossos negócios.

MV - Como foi a receita em 2023 e qual projeção para 2024?

Zaffari - O ano que passou foi muito mais difícil e duro para atingirmos os objetivos, mas vamos alcançá-los. A receita líquida deve crescer 28% entre toda a rede. Olhando apenas mesmas lojas, é difícil crescer acima de 10%. Mesmo assim, é melhor do que a média do setor, que costuma seguir a inflação. Os atacarejos crescem mais, pois ainda estão tomando mercado de outros varejistas. Para 2024, projetamos alta de 25% com as novas lojas.

No Ponto

- ▶ Bancas do **Mercado Público de Porto Alegre** vão funcionar aos domingos em janeiro e fevereiro?
- ▶ O **KFC** abriu no Bella Città em Passo Fundo.
- ▶ O **Bob's** vai pousar no Aeroporto Salgado Filho.
- ▶ O I Fashion Outlet Novo Hamburgo terá **Me.Linda**.



Coluna de Quinta

A coluna de quinta-feira vai mostrar lojas em diferentes regiões que abriram no fim de 2023, de olho no mercado de 2024.



VIDROBOX
DESDE 1971

- Vidros Gerais

Temperados - Laminados - Termo-acústicos
Controle solar - Texturizados - Múltiplos

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