

Título: Josapar desenvolve primeiro e-commerce de arroz do Brasil

Veículo: Diário Agrícola AgroPlanning

Cidade: Nacional

Página: Web

Cm2: 930

Mídia: Web

Data: 17/01/2019

Jornalista: Redação

Josapar desenvolve primeiro e-commerce de arroz do Brasil

Posted by Nilson Santos | 17 jan, 2019 | Arroz, Comércio, Notícias |



O setor de e-commerce cresceu 11% somente no último ano, com faturamento de mais de R\$ 47 bilhões, fatores que chamam a atenção de grandes indústrias alimentícias, como a do Arroz Tio João

Foi a época em que se encontrava apenas roupas e acessórios de beleza à venda na internet. Hoje é possível comprar online uma ampla variedade de produtos, desde eletroeletrônicos, móveis e brinquedos e, agora, alimentos básicos e presentes na mesa de todo brasileiro, como o arroz.

Tal diversidade se deu devido à mudança no perfil de compra das pessoas nos últimos anos, cada vez mais guiado pela praticidade e conveniência do ambiente digital, o que refletiu no alto crescimento deste setor: 11% apenas no último ano e num faturamento bilionário, estimado em R\$ 47 bilhões. Foram esses números positivos que chamaram a atenção da gaúcha Josapar, detentora da marca Arroz Tio João, e a incentivaram a desenvolver o primeiro canal de e-commerce de arroz do Brasil, o portal Direto da Josapar – www.diretodajosapar.com.br.

Com o objetivo principal de atender a um importante mercado formado por restaurantes, bares, lanchonetes, pequenos e médios varejistas, empórios, hortifrúteis, padarias e lojas de conveniência, a marca desenvolveu um modelo de venda direta online desenhado para suprir as demandas mais específicas de estabelecimentos com esses perfis.

Com uma proposta inédita na indústria de arroz, o grupo oferece a este segmento de clientes de menor porte uma solução completa e mais vantajosa, a partir do baixo valor de pedido mínimo para compras no portal, fixado em R\$ 1.500,00. Lançado inicialmente para atender todo o estado de São Paulo, o site oferece como prazo máximo de entrega quatro dias, para a capital e região metropolitana, e cinco dias, para o interior.

Segundo Luciano Targa Ferreira, diretor Comercial da Josapar, para lançar o portal, cada detalhe deste mercado foi levado em consideração. “A ideia era chegar a uma opção de venda totalmente adequada ao porte do cliente”, comenta. É o caso da logística. “Em um restaurante, por exemplo, arroz é essencial. Porém, é um item pesado e sua logística, complexa. O dono do restaurante, hoje, usa muitas vezes o próprio carro para buscar o arroz em um atacadista. O que gera, além de perda de tempo, desgaste do veículo com o peso da carga”, explica. Com a compra online, o empresário deixa de ter essa preocupação e essa despesa. “Ele não precisa mais pensar em arroz, isso fica a cargo da Josapar”, completa.

Neste sentido, a empresa acredita que o pedido mínimo fixado em R\$ 1.500,00 faz toda a diferença, para que este cliente migre definitivamente sua compra de arroz para o site. “É um valor relativamente baixo para um varejista, dono de restaurante, ou padaria, que com isso pode programar o seu estoque sem a preocupação de ter de ir buscar o produto”, ressalta o diretor Comercial da Josapar.