



NEGÓCIOS

Grupo DPSP investe em expansão qualificada

O plano é expandir a atuação em regiões como Nordeste, Centro-Oeste e cidades do interior de São Paulo e do Rio de Janeiro. Outro foco é reforçar a presença nas capitais desses dois estados



Moacir Drska

06/05/19 - 08h00 - Atualizado em 06/05/19 - 12h07

Depois de fechar 2018 com um faturamento de R\$ 9,08 bilhões, alta de 3% sobre 2017, o Grupo DPSP, responsável pelas redes Drogaria São Paulo e Drogaria Pacheco, já tem a receita para seguir ampliando sua capilaridade e apurando resultados positivos. “Não estamos preocupados com quantidade, mas sim, em priorizar uma expansão qualificada”, diz Felipe Zogbi, diretor de operações da holding. “O Brasil tem mais de 80 mil drogarias. Por isso, estamos buscando regiões de menor adensamento, nas quais possamos ser a primeira ou segunda maior rede.”

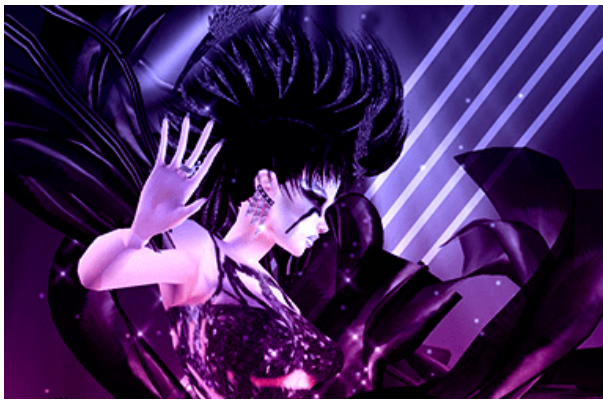
Sob essa abordagem, o grupo prevê inaugurar entre 100 e 120 lojas em 2019, ante 110 pontos de venda no ano passado. Embora não revele um número consolidado, o executivo observa que o investimento projetado para o ano será superior ao montante de 2018, quando a empresa injetou R\$ 361 milhões na operação. O plano é expandir a atuação em regiões como Nordeste, Centro-Oeste e cidades do interior de São Paulo e do Rio de Janeiro. Outro foco é reforçar a presença nas capitais desses dois estados. Nessas praças, destacam-se algumas iniciativas. Em abril, o DPSP inaugurou uma unidade da Drogaria São Paulo na esquina da avenida Ipiranga com a avenida São João, um dos endereços icônicos da capital paulista. Já no centro do Rio, a primeira loja da Drogaria Pacheco foi alvo recente de um projeto de revitalização.



O fortalecimento das interações entre as lojas físicas e os canais digitais é mais um componente dessa expansão. Nessa frente, uma das prioridades é a possibilidade de o cliente comprar via aplicativo e retirar na loja de sua escolha. “Esse recurso já é uma realidade em mais de dois terços das nossas lojas”, afirma Zogbi, que ressalta os ganhos inerentes a essa estratégia, como a geração de compras adicionais no ponto-de-venda e, por consequência, o aumento do tíquete médio por consumidor.

Ainda no âmbito da tecnologia, o grupo planeja estreitar o vínculo com os mais de 22 milhões de cadastrados do programa de relacionamento Viva Saúde. A ideia é refinar a oferta de serviços de acordo com os hábitos de consumo de cada consumidor. “Hoje, se um cliente é recorrente, já conseguimos oferecer descontos exclusivos seguindo parâmetros como, por exemplo, um tratamento ao qual aquele cliente está sendo submetido”, afirma o executivo. “Estamos nos preparando para cobrir toda a jornada de um paciente, desde a hora em que ele sai do médico até a entrega e o consumo do medicamento.”

Para apoiar todas essas estratégias, o Grupo DPSP também reforçou sua malha logística. Em 2018, a holding inaugurou três centros de distribuição nos estados de Goiás, Espírito Santo e Rio de Janeiro, consolidando uma rede com seis estruturas desse porte no País. “Em termos de logística, estamos preparados para atender ao crescimento projetado para os próximos três anos”, diz Zogbi.



SOLO NECESITAS TU IMAGINAC
Y UN POQUITO DE MAGIA

imvU

EXPRESATE

vimeo

Get feedback

vimeo

Find out



Copyright © 2019 - Editora Três
Todos os direitos reservados.

Nota de esclarecimento A Três Comércio de Publicações Ltda. (EDITORA TRÊS) vem informar aos seus consumidores que não realiza cobranças por telefone e que também não oferece cancelamento do contrato de assinatura de revistas mediante o pagamento de qualquer valor. Tampouco autoriza terceiros a fazê-lo. A Editora Três é vítima e não se responsabiliza por tais mensagens e cobranças, informando aos seus clientes que todas as medidas cabíveis foram tomadas, inclusive criminais, para apuração das responsabilidades.