

‘Sempre é tempo de reinvenção’

Antonio Carlos Nasraui, CEO da rede Rei do Mate, com 305 lojas e R\$ 300 milhões de faturamento, fala da importância da inovação e de rápidas tomadas de decisão. ‘Nenhum modelo de negócio está isento de mudanças’

POR DÉCIO GALINA



Antonio Carlos Nasraui, CEO da rede Rei do Mate, e abaixo a primeira loja na esquina da av. Ipiranga com a av. São João

Com uma receita própria de chá, a primeira loja Rei do Mate foi aberta em 1978 pelo empresário de origem síria Kalil Nasraui, na esquina paulistana eternizada na voz de Caetano Veloso: Ipiranga com a São João. O que começou em 20 metros quadrados cresceu para sete lojas próprias na década seguinte. Em 1991, o negócio se multiplicou no formato de franquia. O desenvolvimento de novos produtos e de novas combinações da bebida – hoje são mais de 100 –, somado à entrada de café e pão de queijo ao cardápio, catapultou a premiada rede a 305 lojas em 17 estados, com um faturamento de R\$ 300 milhões ao ano. Na entrevista a seguir, Antonio Carlos Nasraui, CEO da rede há 30 anos, conta como sobreviveu à crise.

Qual é a principal estratégia de sobrevivência do Rei do Mate?

Como sempre tem feito, a rede preservou um ótimo relacionamento com todos os franqueados, buscando identificar como foram impactados pela pandemia. Realizamos lives com a participação de palestrantes e consultores. Entendendo esse cenário, trabalhamos para dar o suporte necessário ao processo de retomada das atividades. Para proteger a cadeia de fornecedores e franqueados foi que, junto a um operador logístico, fizemos o pagamento

dos fornecedores e vamos recebendo das lojas conforme elas vão conseguindo arcar com os compromissos. Além disso, ocorreu a aceleração do processo de delivery da rede. Hoje, 30% das lojas possuem

delivery. O e-commerce também foi implementado pela rede através de um projeto piloto baseado em uma promoção envolvendo três tipos de chás.

Quantas lojas fecharam na pandemia? Qual é a expectativa de retomada nos últimos meses do ano?

Seis lojas fecharam, mas abrimos duas novas no Terminal Rodoviário do Tietê [SP] e uma no Hospital Águas Claras [Brasília]. Entre outubro e novembro, vamos abrir mais três [em SP]. A rede estima um investimento de R\$ 10 milhões ainda em 2020. A expectativa de retomada para os últimos meses do ano é de 80% a 90% do faturamento normal. Estamos otimistas para que seja 100% em 2021.

Como a experiência de 30 anos como CEO de uma mesma marca fez a diferença na crise?

A rede atravessou muitas crises, mas nunca uma tão atípica como essa. O acesso às informações foi um grande facilitador no processo de tomada de decisões conforme sentíamos o impacto da pandemia e reorganizávamos o planejamento.

Qual a grande lição que ficará dessa crise?

Os pilares de rede Rei do Mate sempre foram pautados na transparência e na ética com seus stakeholders. A rede manteve a gestão focada na execução rápida de correções de rumo, dando andamento às inovações necessárias. Hoje, mais do que ontem, entendo que é sempre tempo de aprendizado, de reinvenção. Nenhum modelo de negócio está isento de mudanças. Precisamos nos manter em constante inovação para atender ao mercado, investindo em tecnologia, desenvolvimento de produtos, abrindo novas lojas e trabalhando com multicanais de vendas.

