

Líder de proximidade na América Latina, mercado OXXO chega a São Paulo

Depois de se firmar em Campinas, rede de varejo mexicana chega à capital paulista com abertura de cinco lojas em junho

São Paulo, 24 de junho de 2021 - O Grupo Nós, joint venture da Raízen e FEMSA Comercio, abre cinco novas lojas do mercado OXXO em São Paulo. Depois de se firmar em Campinas, as primeiras unidades recebem os clientes da capital paulista a partir do dia 24 de junho em dois endereços na zona sul da capital: na Avenida Padre Antônio José dos Santos, 1020, em Cidade Monções, e na Rua Tabapuã, 492, no Itaim Bibi. Os outros mercados serão abertos na Bela Vista, Sé e Vila Mariana.

Com a expansão, o mercado OXXO firma seus objetivos de atender às necessidades dos consumidores brasileiros com serviços e produtos de reposição diária e preço justo, além da praticidade de endereços próximos a suas casas e em bairros de grande circulação, como arredores de estações de metrô e terminais de ônibus, para uma maior otimização de tempo.

"Nossa chegada à São Paulo é marcada pela presença nas zonas sul e central. São áreas que nos proporcionam estar mais perto das pessoas, atender a todos que estão trabalhando de casa ou nos escritórios. Neste momento atípico em que vivemos, seguimos fiéis ao nosso propósito, de estar cada vez mais próximos dos nossos clientes, 24 horas por dia, facilitando o cotidiano para que eles tenham uma vida melhor. O mercado OXXO é a maior rede de proximidade da América Latina e chega à maior cidade do país, oferecendo todos os seus diferenciais: praticidade, agilidade e preço justo", conta Rodrigo Patuzzo, CEO do Grupo NÓS.

O mercado OXXO chega com dois segmentos de loja que se adequam conforme o entorno. Através do uso de ferramentas de inteligência e *geofusion*, a marca consegue mapear toda a região e oferecer uma proposta mais adequada, o que reflete no sortimento de produtos e até mesmo no layout da unidade. Assim, OXXO também oferece momentos para pausas no expediente, disponibilizando comidas práticas, bebidas geladas e lanches, além de mercados mais completos, com itens de reposição para o lar, como produtos de limpeza e

alimentos.

Um dos diferenciais do OXXO é atender a sete necessidades do consumidor: **reposição** de produtos, seja por emergência ou reserva; **comida em casa** para o preparo do dia a dia; **reunião** para socializar com pessoas queridas; **comida prática** para consumir em casa em um dia de preguiça ou levar para o trabalho; **lanche** para a fome fora de hora; **sede** para satisfazer a necessidade imediata e **otimização do tempo**, para adquirir produtos de maneira simples e rápida.

Assim, a marca possui produção própria de pães, disponíveis sempre fresquinhos, além de um Food Service completo com variedade de salgados, sanduíches, pizzas, refeições prontas, sobremesas e bebidas variadas, sempre geladas, como sucos, refrigerantes, água e cervejas, prontas para consumo na hora, devido ao sistema especial de abastecimento das geladeiras, o *Walk In Cooler*. Com ele, a reposição dos produtos é feita por trás, garantindo que as bebidas na frente sejam sempre as com mais tempo de refrigeração. Itens de bomboniere estão presentes, bem como higiene e limpeza e, hortifruti com maior ou menor destaque, dependendo da região.

O OXXO, marca de proximidade criada pela FEMSA Comercio, no México, em 1978, é um dos maiores varejistas do mundo, com mais de 19 mil lojas no Chile, Colômbia, Peru e, desde 2020, no Brasil. A rede se destaca pela qualidade em execução, uma forte e consistente estratégia de expansão, profissionalização na operação de lojas e reconhecimento por parte dos consumidores. Hoje, abre aproximadamente 1000 lojas por ano. Até o momento, são 17 unidades de OXXO em Campinas (a cidade receberá mais três lojas ainda em junho), uma em Jundiaí e a chegada na capital paulista com cinco lojas.

Campanha de Lançamento

Pouco depois de chegar a São Paulo, a rede de mercados OXXO colocará no ar sua primeira campanha publicitária, que contará com conteúdo diversificado para retratar momentos e ambientes dentro do mercado. A campanha terá um jingle e vídeos em diferentes formatos. A veiculação será apenas em mídia digital: Youtube, Facebook e Instagram, nas praças onde existem unidades da marca: São Paulo, Campinas e Jundiaí.