

Brasileiros aumentaram consumo nos supermercados em 2008, revela nova pesquisa ‘Retratos do Varejo’

Levantamento realizado pela APAS – Associação Paulista de Supermercados em parceria com as empresas LatinPanel e GfK mostra também que 68% dos varejistas pretendem ampliar seus investimentos em sustentabilidade neste ano

O gasto médio mensal do brasileiro em supermercados com gêneros de largo consumo cresceu 13% em 2008 em relação ao ano anterior – passou de R\$ 350,53 para R\$ 397,33. Na distribuição dos gastos por categoria de produtos, os consumidores desembolsaram 74% com alimentação, 15% com higiene, 6% com bebidas e 5% com limpeza – a única a perder participação: registrou 1% de queda.

Os dados integram a quarta edição da pesquisa anual “Retratos do Varejo”, realizada pela APAS – Associação Paulista de Supermercados em parceria com a LatinPanel e a GfK. O levantamento abrangeu oito mil lares brasileiros e 97 empresas supermercadistas, que empregam 90 mil funcionários.

O estudo revela também que, em 2008, as despesas com alimentação dentro do lar cresceram 15% ante 2007. O peso dos gastos com alimentos em casa foi quatro vezes maior que o da alimentação fora do lar, representando 18,6% das despesas totais – ou R\$ 3.472.

Outro dado da nova pesquisa mostra que as classes A e B compraram, em 2008, produtos de 41 categorias diferentes. “Embora conte com uma cesta de produtos mais ampla e variada, o consumidor intensificou a busca por opções para adequar seu orçamento, como marcas mais baratas, promoções, redução do volume médio e substituição”, explica João Sanzovo Neto, presidente da APAS. Se não adquiriram o maior número de categorias, as classes D e E, por sua vez, ampliaram sua cesta de compras em 62% nos últimos seis anos. Somente em 2008, o aumento foi de 3%.

De acordo com o levantamento, o brasileiro frequentou o ponto de venda 14 vezes ao mês, das quais 4,9 vezes no supermercado. O aumento do tíquete médio geral chegou a 10,4% em 2008. Nos supermercados, foi de 2,8%. “A cada ida ao ponto de venda, o valor do tíquete médio vem crescendo ao longo do tempo, mesmo mantendo-se o número de visitas ao PDV”, afirma Martinho Paiva Moreira, vice-presidente de Comunicação da APAS. “Isso significa que o consumidor gastou mais no ano passado”, acrescenta.

Entre os critérios de escolha da loja para a principal compra mensal, o brasileiro busca, acima de tudo, variedade de produtos (44%), qualidade das mercadorias (43%), menor preço – desde que a loja seja perto de casa ou do trabalho (33%), e menor preço – mesmo que a loja seja longe de casa ou do trabalho (32%). A diversidade de serviços (se o estabelecimento aceita cartão ou faz entregas, por exemplo) foi mencionada por 26% dos entrevistados e apenas 16% não fazem a chamada “compra do mês”.

Estratégias para 2009

Entre as estratégias mais importantes dos supermercadistas para 2009 estão a redução de custos na empresa, a diminuição das perdas de produtos e o incremento dos resultados financeiros (lucratividade e caixa). “A atual situação econômica mundial faz com que os varejistas tenham forte preocupação em cortar custos ou otimizar processos internos, com o propósito de garantir bons resultados”, diz Sanzovo. “A carga tributária continua a ser a principal preocupação, enquanto a estabilidade econômica, que antes ocupava o quarto lugar, hoje já aparece como a segunda questão mais preocupante na gestão do negócio.”

Para 2009, 68% das empresas do setor supermercadista têm expectativa de ampliar seus investimentos em sustentabilidade – contra 63% em 2008. O levantamento identifica que os investimentos no controle sobre desperdícios e insumos em busca de maior eficiência começam a ser vistos como um negócio estratégico e operacional.

A pesquisa “Retratos do Varejo” constata ainda que a venda direta dos atacadistas aos consumidores, conhecida como atacarejo, passou da quarta para a primeira preocupação dos varejistas brasileiros, seguida pela guerra de preços e a informalidade. O supermercadista ainda não vê a internet como ameaça – a utilização da web e do comércio eletrônico ocupa apenas a 13ª posição no ranking dos aspectos da concorrência que mais preocupam as empresas entrevistadas.

PROGRAMA-SE:

Evento: 25º Congresso de Gestão e Feira Internacional de Negócios em Supermercados – APAS 2009

Local: Expo Center Norte – R. José Bernardo Pinto, 333 - Vila Guilherme - São Paulo

Data: 18 a 21 de maio de 2009

Horário: Feira – das 14h às 22h (exceto dia 18, com início às 16h)

Congresso de Gestão – das 8h30 às 16h

Sobre a APAS

A APAS - Associação Paulista de Supermercados representa o setor supermercadista no Estado de São Paulo e busca integrar toda a cadeia de abastecimento. A entidade tem 1.100 associados, que somam 2.200 lojas.



Mais informações:

FSB COMUNICAÇÕES – (11) 3061-9596

Fabiano Oliveira – (11) 9483-7206 / fabiano.oliveira@fsb.com.br

Débora Pratali – debora.pratali@fsb.com.br