

dia a dia

ECONOMIA

Comprar no atacarejo rende 10% de economia

Em alguns produtos pesquisados pelo DIÁRIO, a diferença de preço entre atacado e varejo chegou a 70%

Carol Rocha

carol.rocha@diariosp.com.br

Cada vez mais consumidores têm trocado os supermercados tradicionais pelas lojas de atacado, conhecidas como atacarejo – que vendem tanto para empresas quanto para o consumidor final. No estado de São Paulo, cerca de 40% das famílias já fizeram compras nesses estabelecimentos.

“No início de 2009, o segmento ficou mais interessante, principalmente para a nova classe C, que viu sua renda aumentar”, diz Álvaro Furtado, presidente do Sincovaga (Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios). “Esse segmento de atacado não costuma oferecer embalagem. Então, é preciso ter carro para carregar as compras. E agora a classe C já pode ter seu automóvel, o que facilita comprar no atacarejo”, explica Furtado.

A economia média em uma compra mensal, incluindo comida, produtos de higiene e

limpeza é de 10% – mas pode chegar a 70% em determinados produtos (veja tabela abaixo).

As irmãs Isabeth Gamboa Fagundes, de 47 anos, e Sara Fagundes, 52, são sócias em um restaurante e há anos trocaram os supermercados tradicionais pelos atacados. “A gente faz compras no atacado para o restaurante e também para a casa (elas moram em casas separadas) e dividimos a conta depois. Mas mesmo antes de termos o restaurante, a gente já comprava nesse tipo de mercado”, diz Isabeth. “A economia vale a pena”, afirma. “Somente carne e peixe é que preferimos comprar em açougue, por serem

mais frescos”, conta.

PIONEIRO / O conceito de atacarejo não é novidade. Ele surgiu no país no começo da década passada, mas nos últimos cinco anos vem apresentando crescimento constante. O pioneiro foi o Makro, em 1972, que só vendia para pessoa jurídica.

“Não conseguimos precisar o momento em que a venda passou a ser feita também para o consumidor final, mas é certo que em 2000 a prática já era corrente, dando origem à denominação que hoje muitos usam, o atacarejo”, explica Carlos Eduardo Severini, presidente da Abad (Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores).

“O segmento vem crescendo e deve se manter em expansão pelos próximos anos. As grandes famílias e grupos de amigos descobriram no atacarejo uma experiência de compra relevante no que diz respeito a grandes volumes”, diz Belmiro Gomes, diretor de atacado autosserviço do Grupo Pão de Açúcar, dono do Assai.

Cerca de 40% das famílias em São Paulo já fizeram compras no atacarejo.

O número mínimo de produtos para ter preço de atacado tem diminuído.



As irmãs Isabeth e Sara compram juntas no atacado e economizam



O casal Lourdes e Edjar diz que economiza até 20% nas compras

Atacadões também vendem no varejo

No início desse modelo, as lojas só vendiam caixas fechadas dos produtos. Para conseguir preços menores, era preciso comprar em muita quantidade. Atualmente, na rede Assai, por exemplo, a partir de seis unidades já é possível conseguir o preço do atacado (o número mínimo de itens varia conforme o produto. Veja na tabela ao lado).

O casal Edjar Pereira, de 68 anos, e Lourdes Pereira, 62, tem aproveitado essa vantagem. “Há alguns anos era preciso comprar,

no mínimo 12 unidades para conseguir um preço menor. Hoje diminuíram para seis, o que facilitou bastante”, diz Lourdes.

Além disso, as redes, hoje, também vendem todos os produtos no varejo. E, com exceção de eletrônicos e eletrodomésticos, é possível comprar de tudo nos atacadões. “Eu vi o quilo do filé mignon por R\$ 19 em outro mercado. Aqui (no Assai), está R\$ 10. Vale muito a pena”, conta Lourdes. O casal tem uma corretora de seguros e costuma abas-

tecer o escritório e a casa com compras feitas no atacado. “Tem muita diferença no preço. Só vou em outro mercado quando não acho o que eu preciso no atacadão”, afirma Edjar.

A dona de casa Lara Campo, 52, também costuma fazer a compra do mês no atacarejo. “Material de limpeza, por exemplo, vale muito a pena comprar aqui”, diz. “Só vou ao mercado do bairro quando falta alguma coisa do dia a dia. O restante eu compro aqui e a economia é grande”, afirma.



Inflação dos supermercados recuou em janeiro

Em dezembro, a alta foi de 1,34%. Em 12 meses, até janeiro, o IPS (Índice de Preços dos Supermercados) teve alta de 5,5%, abaixo do registrado no mesmo período de 2011 (7,62%).

0,43%
foi a inflação de supermercados em janeiro

Tomate, legumes e feijão puxaram alta dos preços

Entre os itens cujos preços mais subiram em janeiro na comparação com dezembro estão legumes (10,65%), tomate (12,55%) e feijão (12,93%).

3,31%
Foi a alta dos preços dos produtos in natura

Fatores climáticos influenciam os preços

Segundo a Apas (Associação Paulista de Supermercados), os preços dos hortifrutigranjeiros sofreram impacto de fatores climáticos, como a estiagem no sul e as chuvas no sudeste.