

No sul, supermercado cresce acima da média

Bruno Cirillo

O setor supermercadista da Região Sul do Brasil, que ano passado enriqueceu acima da média nacional, projeta um resultado ainda vigoroso para este ano. Embora leve em conta o alto endividamento dos brasileiros e as medidas de contenção de crédito, a Associação Gaúcha de Supermercados (Agas) espera um aumento de até 6% nas vendas, enquanto a expectativa da Associação Brasileira de Supermercados (Abras) é de apenas 4,2%.

Os supermercados gaúchos faturaram aproximadamente R\$ 13 bilhões em 2010, ou seja, 6,5% dos R\$ 201,6 bilhões movimentados pelo setor inteiro.

O percentual de crescimento foi superado, no ano passado, pelos supermercados sulistas, de acordo com os resultados divulgados pelas associações estaduais de Santa Catarina (6,9%), Rio Grande do Sul (8,3%) e Paraná (estimam-se, 10%).

"O resultado não foge à regra: crescimento da renda dos brasileiros, ascensão das classes e uma nova preferência do consumidor, em datas especiais, de ir com a família comprar presentes no supermercado", analisou o presidente da Agas, Antônio Cesar Longo. Segundo o representante, os estabelecimentos passam por um momento de adaptação às novas demandas do consumo, caracterizadas pelo cliente que vem das classes emergentes.

Dois fatos chamam atenção na balança anual da associação gaúcha: o primeiro é que as médias empresas tiveram maior desempenho em 2010, com crescimento de 9,7%, enquanto as grandes enriqueceram 7,9%, e as pequenas, menos ainda (5,9%). "Os supermercados de médio porte têm maior rapidez para se adaptar ao novo perfil de cliente, no design e no mix de produtos, por isso cresceram mais", justificou Longo.

O outro dado se refere ao vigor econômico dos modelos de "atacarejo" (estabelecimento que vende no varejo por atacado) e cooperativismo, que se mostraram bastante lucrativos.

Exclusivas entre os supermercados, duas "atacarejistas" faturaram R\$ 252 milhões em 2010. Já as 24 cooperativas gaúchas do setor somaram R\$ 961 milhões na conta final. "O modelo é forte no Rio Grande do Sul", afirmou Longo.

Este ano, a Agas - entidade que representa 85% do negócio no estado, quer dizer, 327 empresas ativas em 128 cidades - espera mais crescimento, mas não tanto que atinja os 8% do ano passado. Afinal, o endividamento cresceu no Brasil e o governo cria medidas para reduzir o consumo, já que a inflação ameaça o equilíbrio econômico do País. "A expectativa é um pouco menor - de 4% a 6% -, mas o mercado está bem abastecido e competitivo", disse o presidente da associação.

Das empresas associadas à Agas, 87 anunciaram investimentos em 2011, seja em reformas ou na inauguração de novos pontos. Um dos casos é o do Grupo Zaffari, que cresceu 18% e faturou R\$ 2,5 bilhões em 2010. A companhia pretende abrir, no segundo semestre deste ano, uma unidade em Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul. Este ano, a rede deve manter a mesma média de crescimento.

Santa Catarina

No estado vizinho, o índice de vendas cresceu 6,9% no comparativo entre 2009 e o ano passado. Os supermercados catarinenses tiveram o segundo melhor resultado comercial dos últimos sete anos (em 2008, cresceram 9,9%), período em que o desempenho do setor foi continuamente avaliado. O último mês de 2010, quando a atividade comercial subiu 32,9%, em relação a novembro, impactou o resultado final.

Há, contudo, certa preocupação dos empresários com o nível de inadimplência, que cresce no País. "As facilidades de crédito animaram os consumidores, que se endividaram mais em 2010. Vamos torcer para que os efeitos deste fenômeno não atinjam os supermercados", declarou o presidente da Associação Catarinense de Supermercados (Acats), Adriano Manoel dos Santos.

O representante disse que, o setor supermercadista de Santa Catarina permanece otimista e projeta resultados positivos para este ano. "Com a melhora da renda, o brasileiro vai consumir mais e poderá acrescentar na sua cesta de compras itens que antes não entravam nela", projetou Santos.

Com 11 lojas no estado e 4.200 colaboradores, a rede Giassi cresceu 14,8% e faturou cerca de R\$ 790 milhões em 2010. A companhia figura entre as 20 maiores empresas do setor, segundo a Associação Brasileira de Supermercados (Abras), e ocupa o segundo lugar no ranking da Acats. O gerente de logística e planejamento da rede, José Roberto Sampaio, informou que o movimento de clientes da Giassi cresceu 9% no ano passado.

"É evidente que percebemos um crescimento na venda de itens que têm a ver com a ascensão das classes de baixa renda", disse Sampaio. "No entanto, sempre estivemos alinhados com o potencial de compra dos nossos clientes, o que tem boa repercussão entre eles", completou. Nesse pormenor, a companhia mantém o seguinte lema: "Pequenos preços, grandes amigos".

O gerente de Logística e Planejamento afirmou que, para atender ao novo perfil de cliente, caracterizado pelo recente aumento do poder aquisitivo, a rede Giassi busca oferecer opções diversas de cada produto, compondo uma gama de mercadorias congêneres que sirva, ao mesmo tempo, a consumidores de diferentes orçamentos.

Para este ano, a expectativa de crescimento da companhia é um pouco menor, em relação ao avanço obtido em 2010 (14,8%). "Temos uma projeção em torno de R\$ 940 milhões, que pode ser ajustada ao longo dos trimestres, em razão do comportamento evolutivo das vendas. Significará um crescimento de 12%", expôs Sampaio. Além disso, a empresa planeja a abertura de mais uma loja, em Florianópolis, a capital de Santa Catarina.

Reformas nos supermercados da rede e aprimoramentos no sistema de logística também fazem parte dos planos da Giassi para 2011, de acordo com o gerente. "Estuda-se sempre a adequação do mix de produtos em função do comportamento do consumidor e das tendências de mercadorias", detalhou Sampaio.

Paraná

Ao contrário das outras entidades sulistas do setor, a Associação Paranaense de Supermercados (Apras) ainda não divulgou o balanço comercial de 2010. No entanto, a instituição declarou-se otimista ao longo do ano passado, com a expectativa de fechá-lo com alta de 10% no resultado. Se a estimativa se houver concretizado, ainda que parcialmente, o resultado terá sido o melhor dos três estados que compõem a Região Sul do Brasil.

Novo consumo virá das classes D e E, diz pesquisa

Os supermercados no Brasil devem se preparar para atender aos consumidores das classes D e E (cuja renda familiar é de menos de R\$ 680), se quiserem ter bons resultados em 2012, caso esteja certa a pesquisa "Mudanças no Mercado Brasileiro 2011", desenvolvida pela empresa Nielsen.

O crescimento do setor vem sendo estimulado pelo consumo das classes C1 e C2 (R\$ 962 a R\$ 1.459). A alta da venda de 139 categorias de produto (alimentos e bebidas, higiene, saúde e limpeza), em 2010, foi atribuída a essas faixas econômicas, segundo a Nielsen.

Mas a partir deste ano as classes C2, D e E passam a ganhar destaque no esvaziamento das prateleiras, de acordo com o estudo, que foi divulgado nesta semana. A projeção é de que em 2012 a classe D e E seja a principal responsável pela alta no consumo.

Grupos como o Pão de Açúcar estão atentos ao movimento do mercado, tanto que a companhia converteu as marcas Compre Bem e Sendas em Extra Supermercados.

O Extra é atraente para o público de classes econômicas de menos renda porque oferece maior variedade de produtos, diversificando as opções de preço.

O Carrefour atua no mesmo sentido, com as frentes Atacadão e Dia%, voltadas para o consumidor que deve gastar menos na hora das compras e ter mais variedades de produtos no momento da escolha.

Fonte: DCI, São Paulo, 10 maio. 2011, Finanças & Mercado, p. B3.