

Compra por impulso chega a 25% dos gastos no supermercado. Veja como fugir da tentação

Arroz, feijão, pão, detergente, xampu... e balas, revistas e brinquedos. O carrinho de compras do vigilante Diego Marins, de 27 anos, vai muito além da lista feita em casa. O rapaz, porém, está longe de ser exceção. A cada R\$ 100 gastos nos supermercados por famílias da nova classe média (com renda mensal de até R\$ 3 mil), até R\$ 25 são destinados a itens que fisgam o consumidor em meio a gôndolas e cartazes de ofertas. A estimativa é do professor de Varejo da Fundação Getulio Vargas (FGV) Daniel Plá, com base em estudos encomendados pelas próprias redes, para aumentar suas margens de lucro.

— Minha filha é pequena, mas já aponta e pede as coisas — conta Diego, que acaba não resistindo aos apelos: — Dos R\$ 300 que gasto por mês, até R\$ 100 vão para esses extras.

Segundo Daniel Plá, a compra de pouquinho em pouquinho pode causar um rombo no orçamento. Uma família com renda mensal de R\$ 3 mil deixa até R\$ 900 no supermercado. Do total, em média, R\$ 225 são gastos com itens comprados por impulso.

— Em um ano, R\$ 2.700 são desperdiçados com produtos que não fariam qualquer diferença, se não fossem comprados — afirma Plá.

Resistir às tentações, porém, não é fácil. Tornar os produtos mais atraentes é missão que recebe investimentos maciços das redes. Programas sofisticados de computador e até mapeamento cerebral são usados para avaliar quais os pontos mais "vendáveis":

— O tempo que se espera na fila para pagar as compras chega a aumentar em 15% o impulso de pegar revistas e petiscos — diz o professor de merchandising da ESPM Eduardo França.

A força das áreas nobres — como pontas de gôndolas e caixas rápidas — é tão grande, que esses locais são disputados por fornecedores, e chegam a ser alugados para uso exclusivo de certas marcas, dizem os especialistas.

Consumismo pode virar doença

Dados da pesquisa do SPC Brasil revelam que 85% dos consumidores admitem comprar por impulso em supermercados e shoppings, segundo o gerente financeiro da instituição, Flávio Borges:

— O consumo por impulso acaba usado como um tapa-buraco. A estimativa é que sete em cada dez pessoas consomem mais para lidar com problemas, como ansiedade, frustrações e autoestima.

Esse descontrole nos gastos acaba se intensificado nos supermercados, onde os produtos, normalmente, não têm preços unitários tão altos, como nos shoppings.

— A pessoa compra sem avaliar muito bem o custo. E os supermercados sabem como atrair esse consumidor. Os itens básicos dão uma margem de lucro já esperada às redes. O diferencial no faturamento vem desses produtos comprados sem necessidade — ressalta Borges.

Às vezes, a compra por impulso vira uma doença e é tratada em grupos de ajuda, como os Devedores Anônimos (DA). No Rio, a entidade funciona em três endereços. S., de 52 anos, frequenta as reuniões do grupo desde 2004. Com uma dívida que chegou a R\$ 20 mil, ela precisou vender um apartamento em Ipanema e viu seu primeiro casamento chegar ao fim. Segundo ela, o supermercado é o pior lugar para se controlar.

Fonte: O Globo [Portal]. Disponível em:

<<http://oglobo.globo.com/economia/compra-por-impulso-chega-25-dos-gastos-no-supermercado-veja-como-fugir-da-tentacao-9339200>>. Acesso em: 5 ago. 2013.