ARTIGO

Supermercados e consumidor

▼ O cenário econômico e social do Brasil impõe outros desafios a um setor que se desenvolveu graças à batalha para ofertar os melhores produtos e serviços ao consumidor. Esse compromisso fica evidente hoje, 12 de novembro. Dia do Supermercado. Na oportunidade, a Apas (Associação Paulista dos Supermercados) homenageia seus associados, reafirmando o compromisso de trabalhar pelo crescimento econômico do setor, gerando postos de trabalho com carteira assinada e desenvolvendo a cadeia do abastecimento.

O brasileiro compra dia sim, dia não. São cerca de 179 idas a centros de compras por ano. À medida que crescem as compras, aumenta o valor gasto. Os dados são da Kantar WorldPanel e mostram que 84% dos consumidores usam mais de três canais para se abastecer. De acordo com a Nielsen, de 2010 para 2011 o gasto mensal dos brasileiros aumentou 12,8% no autosserviço.

Os números ilustram a realidade brasileira, com ascensão das classes, melhora da qualidade de vida e aumento do poder de compra. O modelo tradicional de supermercado que conhecemos firmou-se com a inovação do autosserviço, onde o consumidor tem autonomia para suas escolhas. O conceito foi criado nos Estados Unidos em 1929, conforme o livro *O Supermercado Nosso de Cada Dia*.

Por aqui, o supermercado aportou em 1950 e hoje comercializa de 6.000 a 70 mil itens. As mais de 82 mil lojas no Brasil respondem por 90% do abastecimento dos lares. Só no Estado de São Paulo, 16 mil lojas concentram 30% do volume total de vendas do setor. Muita coisa mudou. Hoje a concorrência foi incrementada pela conveniência, ambiente da loja, busca por melhores preços e oferta de novos serviços, e o supermercadista deve ficar atento a variáveis que influenciam seu negócio, como tecnologia, otimização de recursos, capacitação profissional, sustentabilidade e mudanças demográficas. Exemplo são as pessoas que moram sozinhas, que somam 6,9 milhões, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

Para atrair esse consumidor é preciso oferecer *mix* diferenciado de produtos, com pratos prontos, verduras e frutas *in natura* embaladas em porções menores e higienizadas. Adaptações como essa demonstram o dinamismo do setor. A Apas está presente nesse movimento e apoia seus associados a estreitarem relação com os consumidores. Parabéns, supermercadista!

João Galassi é presidente da Associação Paulista de Supermercados.