

Atacarejo é nova aposta da classe alta para driblar inflação[Clique aqui para ver a notícia no site](#)

Consumidor recorre à compra em maiores quantidades para evitar seguidos aumentos de preços. Pesquisa realizada pela NielsenIQ, divulgada nessa quinta-feira (15/4), mostra que as famílias das classes mais altas estão optando pelos chamados atacarejos — hipermercados que fazem venda de produtos tanto no atacado como no varejo — como forma de se proteger contra a inflação dos alimentos. De acordo com o levantamento, dois em cada três lares brasileiros, ou seja, 66%, vêm optando por comprar em maior quantidade para evitar os seguidos aumentos de preços. Mesmo depois da estabilização da moeda, a formação de estoques caseiros permanece um hábito entre os brasileiros. Economistas atribuem isso à memória da hiperinflação, quando as pessoas compravam mais produtos do que realmente necessitavam apenas para não pagarem mais caro, às vezes no dia seguinte, por eles. Até a entrada em vigor do Plano Real, em 1º de julho de 1994, somente em 1989 a inflação no Brasil alcançou 1.782%. O diretor de varejo da NielsenIQ, Roberto Butragueño, explicou que a opção pelos atacarejos vem crescendo de cinco anos para cá. "O atacarejo passou de 47% para 67%, ganhou 20 pontos percentuais em penetração no consumo. Isso veio da classe média e da alta, além das outras classes que já eram clientes. Desde a crise de 2015 e 2016, o consumidor vem buscando economizar", observou. Segundo Butragueño, a pandemia ajudou a turbinar ainda mais os atacarejos, pois o consumidor queria fazer compras maiores para sair menos de casa. "Mas a inflação causou grande impacto. Tem o consumidor que precisa economizar, pois seu lar perdeu renda. Mas há lares que, embora não tenham sofrido um impacto direto, se adaptam e incorporam a cultura da economia. A Nielsen calculou que os só os preços dos alimentos dos últimos três anos estão 30% mais caros", observou. De acordo com a pesquisa, o segmento de atacarejo movimentou R\$ 200 bilhões em 2021. Fique sempre bem informado Siga o Estado de Minas no EMPOBRECIMENTO Para Marcelo Neri, diretor do FGV Social, da Fundação Getulio Vargas, no começo da pandemia houve perda de poder de compra. Mas, agora, o problema é o empobrecimento geral da população. "A renda do trabalho desvalorizou 10%. Então, é natural que as pessoas da classe média busquem o desconto, uma redução de preços, pontos de distribuição mais em conta", disse. Ele acrescenta que a maior procura pelos atacarejos também se deve à memória inflacionária de mais de 30 anos atrás. "O consumidor diversifica, muda o ponto de compra para tentar baixar sua inflação. Quem compra carne não vai deixar de comprá-la. Pode diminuir a frequência ou tentar achar locais mais baratos. Nesse ponto, é importante tentar entender o hábito de consumo, pois é normal que se mude o local de compra em vez de deixar de consumir", observa.



(foto: Squirrel_photos/Pixabay)

