46 milhões de lares da América Latina aderiram ao atacarejo

Antes uma escolha mais frequente entre os comerciantes, o atacarejo cresceu em popularidade na América Latina no ano passado

De acordo com dados da Kantar Worldpanel, o canal agora vende diretamente a 46 milhões de lares na região. O levantamento aponta que 44% da população comprou algo nesse tipo de loja ao menos uma vez no ano passado.

Além disso, o valor gasto no canal teve aumento de 20% em 2017 em comparação com 2016, resultado alavancado principalmente por Brasil e Argentina, que juntos representam 80% do gasto no também chamado Cash & Carry. O estudo revela ainda que no período analisado 1,6 milhão de domicílios passou a comprar no atacado na América Latina – exceto Peru e Equador. Assim, em 2017, o canal representou 8,2% do gasto total em FMCG (Fast Moving Consuming Goods) - bens de rápido consumo - na região.

Divulgação/Apas

Itens alimentícios frescos e mantimentos são as escolhas da maior parte dos consumidores.

Segundo os especialistas da Kantar Worldpanel, o sucesso do atacarejo pode ser creditado à melhora da comunicação do canal, preço mais atrativo, sortimento, com várias marcas disponíveis, formato das lojas e também à experiência oferecida ao consumidor, incluindo aí até programas de fidelidade. O crescimento da importância do Cash & Carry é uma tendência global – em 2016, o gasto no canal teve um crescimento de 4,1% em todo o mundo.

Já na América Latina, em 2017, foi o segundo tipo de loja que mais cresceu (20%), atrás apenas dos estabelecimentos de conveniência (22%). Na região, itens alimentícios frescos e mantimentos são as escolhas da maior parte dos consumidores (Kantar Worldpanel).