Valor gasto por pessoa física no atacarejo cresceu 20% na AL em 2017

De acordo com dados da Kantar Worldpanel, o setor de atacarejo agora vende diretamente a 46 milhões de lares na América Latina. 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 Fast Moving Consuming Goods (FMCG) - bens de rápido consumo - na região.

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.

O Peru é o único país no qual o atacarejo está encolhendo. Isso reflete uma queda geral no consumo de produtos de consumo rápido no país em 2017, quando o volume de compras caiu cerca de 6% em todos os canais. O crescimento mais rápido é visto na Argentina e no Brasil, onde o valor das vendas nesse tipo de estabelecimento cresceu 45,9% e 17,5%, respectivamente, no ano passado em relação a 2016. Não por acaso, no Brasil os hipermercados estão se transformando em atacarejos – algumas unidades do Extra estão se tornando Assaí Atacadista.

Outra conclusão do estudo é que a estrutura do cash & carry varia de um país para outro. Na Argentina, Brasil, Chile, México e Colômbia o formato é muito mais moderno do que no Equador e no Peru, onde o modelo mais tradicional de atacado domina.