

Escalada de atacarejos avança no ABC e economista vê redução da média salarial

George Garcia

Em uma semana dois novos atacarejos foram inaugurados na região, ambos em Diadema e da bandeira Atacadão. Um deles foi inaugurado na terça-feira (27/06), na conversão da loja Carrefour do Centro da cidade, e outro foi aberto no bairro Serraria, numa loja totalmente nova, inaugurada nesta quinta-feira (29/06). Números da Abaas (Associação Brasileira dos Atacarejos) mostram que esse segmento cresceu 39% se comparado o primeiro trimestre deste ano com o mesmo período de 2021, sendo que só em 2023 esse modelo de mercado cresceu 7,4%. Para o gestor do curso de Economia da USCS (Universidade Municipal de São Caetano do Sul), Volney Gouveia, o crescimento do setor de serviços no ABC, somado à desindustrialização da região, pode levar a queda da média salarial dos trabalhadores, visto que os salários pagos são bem menores do que os da indústria.

O aumento do número de atacarejos já começa até a esquentar a busca por espaços. A nova loja do Atacadão do bairro Serraria fica em frente a outro atacarejo concorrente, o Spani. A loja do Centro, em breve vai ter um concorrente do outro lado da rua, o Public. Só em Diadema há pelo menos oito lojas atacadistas que também vendem no varejo.

Considerando apenas as 20 redes de atacarejos filiadas a Abaas, em 2022 o faturamento do setor foi de R\$ 239 milhões, equivalente a 2,4% do PIB (Produto Interno Bruto Brasileiro). Pesquisa realizada pela associação juntamente com a consultoria NielsenIQ mostra que um terço dos consumidores fizeram suas últimas compras em atacarejos. Denominada Ranking do Atacarejo, a pesquisa revela que são 1.810 lojas deste modelo espalhadas pelo país, sendo que o Atacadão é a maior delas com 358 lojas e 71 mil funcionários. O Assaí Atacadista, também com presença forte no ABC, vem em segundo com 263 pontos de venda e 76 mil colaboradores.

Para o economista da USCS a presença dos atacarejos não é novidade na região, nem no país. Ele recorda dos primeiros estabelecimentos do tipo a desembarcarem

no Brasil, como o Walmart e o Sam's Club, porém nos últimos cinco anos o aumento do número de redes e lojas chamou muito atenção e isso vem, na opinião de Volney Gouveia, na esteira de uma abertura do mercado e de um novo perfil de consumo das famílias. “Essas lojas têm uma dimensão muito maior para armazenamento e negociam grandes quantidades de produtos com os fornecedores, principalmente os produtos com validade maior e, assim, oferecem um preço diferenciado para embalagens com maior quantidade. Os hipermercados são diferentes, eles vendem um pouco de tudo, e o atacarejo vende muito de tudo. Isso atraiu o consumidor em busca de preços menores e forçou uma mudança de postura de consumo. Hoje ele pode comprar creme dental para seis meses, na compra seguinte ele não vai precisar desse produto e pode comprar outro em quantidade para usar por bastante tempo”, explica o professor de economia que se diz frequentador de atacarejos.

Afora a vantagem econômica para as famílias, o crescimento do setor de serviços – e os atacarejos estão neste grupo – junto com a desindustrialização, força um número maior de pessoas a trabalhar para esse segmento. “Há essa preocupação com a desindustrialização, que não acontece só na região, é no país. Isso pode levar à diminuição da renda média do trabalhador do ABC, pois o salário do setor de serviços é menos da metade do pago pela indústria, mas o serviço não é o responsável por isso; ele está crescendo em resposta a uma demanda. A indústria tem perdido o protagonismo em âmbito nacional já que o país tem investido no agronegócio e comprando os produtos que vêm de fora, isso sem falar no caso China, que produz de tudo, de agulha a bomba atômica a preços bem baratos. Precisamos adensar a cadeia de valor dos nossos produtos, com maior valor agregado ou enfrentamos a diminuição da renda média do ABC, com mais empregos no setor de serviços, porém com salários menores, com isso temos mais gente empregada, mas com remuneração menor”, analisa Gouveia.

Lojas

As duas lojas inauguradas nesta semana da rede Atacadão contam com 6 mil metros quadrados cada uma onde estão dispostos cerca de 9 mil produtos, tendo itens que vão dos setores de mercearia, bebidas e cuidados pessoais a artigos de limpeza, incluindo marcas líderes de mercado e produtos regionais e setor de hortifrúti. O CEO da rede, Marco Oliveira falou das duas inaugurações de Diadema e outra, no bairro Tatuapé, na Capital. “Estamos muito felizes em poder inaugurar essas três novas lojas no estado de São Paulo. A região é uma das mais importantes para os negócios do Atacadão e seguimos ampliando a nossa

capilaridade. Temos como objetivo, continuar oferecendo produtos de qualidade a preços justos, colaborando não somente com o poder aquisitivo da população local, como também com o desenvolvimento socioeconômico das cidades, gerando novos empregos e contribuindo com os negócios dos pequenos e microempreendedores,” comenta Marco Oliveira, CEO do Atacadão.

No Atacadão Serraria, inicialmente começaram a trabalhar 189 pessoas, sendo 95 contratadas via Emprega Diadema – a meta do Atacadão Serraria é chegar a 400 funcionários. No da avenida Presidente Kennedy, no Centro, as 300 vagas foram destinadas aos funcionários da antiga bandeira de mercado que estava no endereço. O prefeito José de Filippi Júnior (PT) esteve nas inaugurações e comemorou. “Diadema volta a ter protagonismo econômico. Ter a chegada de duas lojas do Atacadão, uma das gigantes do setor mercadista do País, mostra que a cidade tornou-se um ambiente atrativo de novos negócios, de geração de empregos e de oportunidades”, comentou.

<https://www.reporterdiario.com.br/noticia/3280448/>

Veículo: Online -> Site -> Site Repórter Diário

Seção: Economia