

Fluxo presencial em supermercados tem alta de 6,6% em julho

# Fluxo presencial em supermercados tem alta de 6,6% em julho

Liberação de medidas de isolamento contra coronavírus permite que consumidores façam mais compras de reposição ou por impulso

BEATRIZ MIRELLE

Especial para o **Diário**  
beatrizmirelle@dgabccom.br

Os consumidores voltaram a fazer compras em lojas físicas com maior frequência após a liberação das medidas mais rígidas para conter o avanço do coronavírus. Entre julho de 2021 e de 2022, a alta no fluxo de visitantes de supermercados e atacarejos regionais aumen-

tou 6,6%. A região metropolitana de São Paulo, que inclui o Grande ABC, se destacou no número de vendas, com aceleração de 6 pontos percentuais na mesma comparação anual, de acordo com a pesquisa mensal do Radar Scanntech.

O ticket médio, ou seja, valor por compra, subiu 6,2% na comparação anual. Já as unidades por ticket caíram 9,5% na comparação com ju-

lho de 2021. Apesar disso, a retração é estável frente a maio e junho deste ano. De acordo com a pesquisa, esse índice segue patamares parecidos com as compras antes do isolamento social.

A análise incluiu mais de 27 mil pontos de vendas nacionais. Com as informações do estudo, Priscila Ariani, diretora de Marketing da Scanntech, observa que, no começo da pandemia, os con-

sumidores iam menos às lojas e as compras eram maiores, consideradas de abastecimento. “As flexibilizações aumentaram o fluxo, principalmente a partir de março deste ano. Na medida que retomam as idas presenciais, as compras são menores, geralmente de reposição ou por impulso”.

Entre os destaques de consumo, as bebidas alcoólicas chamaram atenção, em especial as cervejas, que as vendas por unidades subiram 4,9% e caíram em 7,6% em preço nos supermercados. “Vimos uma performance favorável das bebidas, que puxaram os fluxos das lojas. Observamos também uma conexão reversa. Quando o cliente vai mais a bares e restaurantes, o consumo no supermercado cai. A cerveja estava em decrescente, mas apresentou retomada nesta última pesquisa”, analisa Priscila.

Julho também se sobressaiu nas vendas deste ano. O valor dos gastos com compras aumentou 9,7%, sendo o leite o item que acelerou as altas. “Quando mostramos ao varejista que o fluxo aumentou, ele tem a oportunidade de desenvolver estratégias para vender mais porque o consumidor está lá.”

Para a diretora, os dados abrem oportunidades para planos de reorganização de exposição de produtos em prateleiras, além de utilizar promoções como formas de incentivar compras por impulso. “O delivery é uma opção que atinge mais o público jovem e de maior poder aquisitivo. Em termos de representatividade, o consumo de itens de mercado se concentra em unidades físicas”, finaliza.



ALTA NAS COMPRAS. Fim da pandemia foi determinante para o retorno presencial nos supermercados

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Diário do Grande ABC

Seção: Economia Pagina: 5