

Nesta entrevista, o presidente da Associação Gaúcha de Supermercados (Agas), Antônio Cesa Longo, analisa o atual momento do setor e o que se pode esperar dele daqui para a frente.

Jornal do Comércio - Em termos de desempenho, como os supermercados gaúchos se comportaram no ano passado?

Antonio Cesa Longo - O setor apresentou um crescimento nominal substancial no ano passado na casa dos 13%, mas este não foi um crescimento real. A inflação dos produtos fez com que a venda financeira aumentasse, mas a venda física não acompanhou este ritmo. O setor está buscando se adequar ao momento do consumidor.

JC - Qual a perspectiva de crescimento para o setor no Rio Grande do Sul neste ano?

Longo - O cenário é parecido, com um crescimento financeiro impulsionado pela inflação

dos alimentos. Estamos sentindo em 2022 uma verdadeira aula de gestão do consumidor gaúcho, que está com seu poder de compra muito reduzido e tem feito engenharias para fazer valer seu tíquete.

JC - Quais tendências e desafios do setor de supermercados podemos destacar para o futuro?

Longo - Brincamos que a tendência é não haver tendência. Estamos em um período difícil para qualquer projeção. Não sabemos quando acabará ou que rumos tomará a guerra entre a Rússia e a Ucrânia. Não sabemos como serão os resultados das eleições. A hora é de fazer o dever de casa bem feito, não de planejamentos a longo prazo.

JC - Quais foram os movimentos recentes da Agas para fortalecer o setor e o que planejam para o futuro?

Longo - A Agas tem trabalhado fortemente em duas frentes, mesmo durante a pandemia: a

capacitação de gestores e colaboradores, garantindo produtividade às empresas e melhores serviços aos consumidores. No âmbito político e institucional, temos trabalhado em diversas frentes, sobretudo buscando a liberação da venda de medicamentos isentos de prescrição médica em supermercados.

JC - Como está o movimento de digitalização das compras no setor do Rio Grande do Sul? Isso deve perder força com o arrefecimento da pandemia?

Longo - Não, este processo foi acelerado na pandemia e não há como voltar atrás. Mas ainda é um movimento tímido, o consumidor segue querendo a experiência da compra, quer tocar, cheirar, sentir o produto que está comprando. O poder de decisão no ponto de venda ainda conta muito.

JC - Como a inflação alta e a renda menor dos brasileiros têm impactado o setor no Rio Grande do Sul?

Longo - O setor tem buscado cada vez mais negociações com os fornecedores para levar oportunidades e promoções aos consumidores. O cliente está muito atento aos preços e fazendo muita pesquisa. O setor está com as menores margens dos últimos 20 anos, buscando competitividade no mercado e também cumprindo seu papel social de garantir acesso ao alimento para todos.

JC - Como o consumidor tem se comportado em meio ao cenário econômico deste ano?

Longo - Com muita criatividade e atenção. Infelizmente, o consumidor está sem renda. O Brasil ainda tem alimentos muito baratos, o problema é a falta de poder de compra do consumidor. A equação não está fechando, mas o cliente com muita competência consegue amortizar parte da inflação na migração de produtos ou de categorias.

JC - Os atacarejos têm crescido no Rio Grande do Sul? Como

o setor tem lidado com esse fenômeno?

Longo - Os atacarejos já estão consolidados e estão se espalhando, mas há espaço para todos os formatos de loja. O atacarejo eficiente é aquele que tem um custo operacional mais baixo para oferecer produtos mais baratos ao consumidor. Se o atacarejo oferecer serviço, não conseguirá competir em preço. Não existe mágica em nenhum formato de loja.



O Brasil ainda tem alimentos muito baratos, o problema é a falta de poder de compra do consumidor

FEDERASUL

16/07 DIA DO COMERCIANTE

O comércio é a força motriz que contribui para o crescimento de nossa sociedade. Um setor forte, vibrante e que inova, cotidianamente, para fazer a nossa vida melhor. Nesse Dia do Comerciante, a Federasul saúda os homens e mulheres que geram renda e riqueza, contribuindo para tornar o nosso Rio Grande ainda mais forte!

POR FUTUROS INOVADORES

50 ANOS

