

COMPARATIVO DE PREÇOS ENTRE SUPERMERCADOS DO EXTREMO OESTE DE SANTA CATARINA E OUTROS ESTADOS BRASILEIROS

Eliézer Sangali¹

Elias Goettems²

Maike Flederson Schneider³

Mariane Schneider⁴

Resumo: O setor de supermercados passou a ganhar força no Brasil a partir da década de 50, tornando-se desde então, muito importante para a economia brasileira. Nem mesmo as graves crises que o país enfrentou nas últimas décadas foram suficientes para abalá-lo significativamente. Nesse trabalho buscou-se avaliar preços em supermercados da região Extremo Oeste de Santa Catarina e compará-los com um índice de preços divulgados, mensalmente pela ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados, sobre os produtos mais consumidos pelos brasileiros em todos os estados. Foi possível observar que, os preços praticados pelos seis supermercados pesquisados, ficaram bem abaixo da média de preços do Sul do Brasil. Quando se utiliza a média de preços dos supermercados pesquisados e compara-se com outras regiões brasileiras, como o Sudeste, Nordeste e Centro Oeste, verifica-se preços mais altos na região Extremo Oeste de SC. Também, se evidenciou, que os itens que mais implicam no custo com supermercados são os ligados ao setor de carnes, seguidos pelo de cereais e grãos como o feijão e arroz.

Palavras Chaves: supermercado, preços, custos.

Abstract

The supermarket sector has began gaining strength in Brazil from the 50's, becoming, since then, very important for the Brazilian economy. Not even the serious crises that the country has faced in the last decades were enough to shake him significantly. This article aimed to evaluate prices in supermarkets in the west of Santa Catarina and compare them with a monthly price index published by ABRAS - Brazilian Association of Supermarkets, about the most consumed products by Brazilians in all the states. It was possible to observe that, the prices practiced by the six surveyed supermarkets, were far below the average prices of the South of Brazil. When using the average prices of the surveyed supermarkets and compares with other Brazilian regions, such as the Southeast, Northeast and Center West, there are higher prices in the surveyed region. It

¹ Acadêmico do curso de Engenharia de Produção, FAI – Faculdades de Itapiranga – SC. Email: eliezersanga@hotmail.com.

² Acadêmico do curso de Engenharia de Produção, FAI – Faculdades de Itapiranga – SC. Email: eliasgoettems@gmail.com.

³ Acadêmico do curso de Engenharia de Produção, FAI – Faculdades de Itapiranga – SC. Email: maike.mkf@outlook.com.

⁴ Professora da FAI Faculdades – Faculdade de Itapiranga. Mestre em Modelagem Matemática. Email: marischneider2003@yahoo.com.br.

was also evidenced that the items that most implicate in the cost with supermarkets are those related to the meat sector, followed by cereals and grains such as beans and rice.

Key words: supermarket, prices, costs.

Introdução

As relações comerciais já acompanham o homem há muito tempo, na época feudal os servos eram obrigados a dar parte de sua produção aos seus senhores, porém com o surgimento das cidades os excedentes passaram a ser vendidos, culminando no declínio do sistema feudalista e iniciando as relações de comércio, que evoluíram para a forma como se conhece hoje.

No Brasil os supermercados vieram para ficar a partir da metade do século XX, sobrevivendo aos inúmeros problemas econômicos que o país já enfrentou, e se tornando uma válvula de escape para a economia brasileira em momentos de recessão.

O número elevado de supermercados existentes nos dias atuais tem tornado este ramo da economia brasileira muito competitiva, os mesmos precisam sempre estar buscando formas para atingir novos clientes e fidelizar os que já possuem, assim investindo em marketing e propaganda, serviços adicionais e trabalhando com uma boa gestão de custos.

A relação comércio e clientes vêm sendo trabalhada sob o olhar e supervisão de inúmeros órgãos reguladores, que trabalham para garantir que, tanto clientes como empresas não saiam prejudicados e nem tentem exercer imposições ilegais.

Nesse trabalho o intuito é fazer um comparativo entre os preços de alguns produtos vendidos em supermercados na região Extremo Oeste de Santa Catarina e com os preços praticados a nível nacional.

Com a intenção de dar fundamento a pesquisa desenvolvida elaborou-se a revisão de literatura. Que é apresentado a baixo.

Os mercados e supermercados no Brasil

O setor de supermercados foi introduzido no Brasil por volta da década de 50, porém apenas na metade da década de 60 que os mesmos se tornaram populares, sendo

procurados pela grande maioria das pessoas. Nos anos 80 o setor enfrentou uma grave crise, que trouxe grande instabilidade devido a alta inflação, diminuição de renda e consequentemente redução do poder de compra do brasileiro, quadro este que só veio a se reverter nos anos 90 após a instauração do plano real e o reaquecimento da economia. (SESSO, 2003)

Wilder (2003), reafirma esse cenário relatando que o setor de autosserviços passou por grandes transformações, do final da década de 80 até o início do século XXI. Dentre essas mudanças pode-se destacar a modernização, tanto tecnológica como administrativa, a expansão das redes, principalmente com altos investimentos em novos estabelecimentos e a internacionalização do capital.

Todas essas transformações tiveram influência direta nos pequenos e médios mercados, que se viram obrigados a buscar alternativas frente a forte concorrência das grandes e novas redes. Dentre as opções encontradas destacam-se associações de mercados, para negociações e propaganda conjunta com o intuito de reduzir custos e aumentar a visibilidade, tornando-se mais competitivas. (WILDER, 2003)

Quando se observa o cenário supermercadista brasileiro no século XXI, nota-se que este setor serviu como uma válvula de escape para a economia. Durante a primeira década deste século o Brasil passou por algumas crises internas e externas, como a crise da Argentina, a crise do apagão e a crise financeira mundial em 2008, em todos esses momentos difíceis foi o setor de comércio que amorteceu os impactos da crise. Mas tudo só foi possível graças ao aumento do poder de compra das classes mais baixas brasileiras, que viviam na estabilidade econômica, graças ao baixo desemprego, aumento do salário mínimo e programas de subsídio a famílias de baixa renda. (FERREIRA, 2013)

O grande aumento do número de mercados, as políticas de incentivo, investimentos em propaganda variedade de produtos vendidos fizeram com que este setor ficasse extremamente competitivo, Souza, Macedo e Ferreira (2010) discorrem sobre o assunto da seguinte forma:

“Preparar a empresa para operar em um ambiente de negócios cada vez mais complexo tornou-se prioridade no setor, fato que é expresso de maneira distinta por empresas profissionalizadas e

por empresas sob controle familiar, não importando o seu tamanho [...] A competência mercadológica diz respeito à maneira pela qual as empresas estão se organizando para oferecer mais valor ao consumidor e melhorar o relacionamento com os demais stakeholders do ambiente externo. Sobressaem nesse contexto a oferta de serviços segmentados (diferentes bandeiras), maior ênfase na construção e posicionamento de marca, ênfase em marcas próprias, ações de responsabilidade social e ênfase em processos de garantia de alimento seguro.”

Esse crescimento que houve na economia dos supermercados nos últimos anos, se deu ao modelo de gerenciamento utilizado que enfoca no processo de armazenamento e controle de estoques, vinculando, principalmente, a logística interna. Segundo Brandalise et al (2009), a cadeia de valor de uma empresa desdobra as atividades mais relevantes, procura entender o comportamento dos custos e as fontes que diferenciam uma empresa de outra, ganhando vantagem competitiva, executando as mesmas de maneira mais barata e melhor que seus concorrentes. Essas vantagens podem ser destacadas no modelo de distribuição e organização do varejo, são pequenas atividades logísticas de alta relevância, como processo de compra, controle de armazenagem e distribuição de estoques, bem como um sistema de informação.

Setor supermercadista e a economia

Segundo a DIEESE (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos), o faturamento do segmento supermercadista no ano de 2012 foi de cerca de R\$ 242,9 bilhões, havendo um pequeno aumento de 2,3% em relação ao ano de 2011 onde o segmento faturou R\$ 237,4 bilhões. Em 2012 o volume de vendas realizado no segmento de hiper e supermercados cresceram 8,9% e a receita nominal teve um acréscimo de 16% em relação a 2011.

O setor vem crescendo acima do Produto Interno Bruto (PIB), já que no mesmo período o PIB registrou uma variação de 0,9%, esse crescimento se deve, principalmente, ao aumento da massa salarial e expansão do crédito, bem como o estímulo consumista adotado pelo governo. Porém, com todo esse crescimento em 2012, não houve mudanças no *ranking* entre as cinco maiores empresas do segmento.

O Brasil vem enfrentando no ano de 2016 uma grave crise econômica e política que esta afetando todos os setores, dados da Associação Brasileira de Supermercados – ABRAS, (2016) indicam que o crescente aumento do número de desempregados, aliados a uma redução de 11,2% na renda média do consumidor estão afetando as vendas do setor. As vendas de fevereiro de 2016 caíram 0,73% quando comparadas ao mesmo período do ano de 2015.

Todo mês é divulgada uma pesquisa a nível nacional que engloba o custo daqueles que são considerados os 35 itens mais consumidos nas residências (quadro 01) a qual é feita levando em conta a quantidade de alimento ingerido ou quantidade de produto utilizado por pessoa diariamente em cada um dos estados, multiplicado pelo número médio de moradores por habitação. Segundo a ABRAS (2016) esta análise feita com base nos itens busca acompanhar as oscilações nos preços e gastos familiares em mercados, assim como os motivos dessas variações.

Quadro 01: Lista dos 35 itens mais vendidos

Coxão mole – gado	Cebola comum	Feijão preto
Paleta – gado	Tomate comum	Biscoito maisena
Frango congelado	Água sanitária	Xampu
Pernil suíno	Leite longa vida	Biscoito cream cracker
Óleo de soja	Leite em pó integral	Café torrado e moído
Refrigerante	Detergente líquido	Desinfetante doméstico
Ovos	Margarina	Extrato de tomate
Queijo Mussarela	Açúcar Cristal	Farrinha de mandioca
Creme dental	Cerveja	Sabão em pó
Queijo prato	Sal refinado	Farrinha de trigo
Batata comum	Arroz	Massa sêmola espaguete
Papel higiênico	Sabonete	

Fonte: Abras, 2016

No quadro 02 podemos visualizar as diferenças de preços entre as regiões do Brasil referentes a soma dos preços dos 35 produtos.

Quadro 02: Variação dos totais das cestas por estados

Cestas Regionais	Fev/2016 - (R\$)	Mar/2016 - (R\$)	% Cestas - (R\$)
Sul	493,19	501,48	1,68%
Norte	514,67	505,97	-1,69%

Sudeste	434,4	438,5	0,94%
Centro Oeste	433,87	447,38	3,12%
Nordeste	396,29	403,62	1,85%

Fonte: ABRAS, 2016.

No quadro 02 temos um comparativo por regiões entre os meses de fevereiro e março de 2016, nota-se que o estado que teve o maior aumento foi o Centro Oeste com 3,12%. Outro ponto interessante a ser considerado é que apenas o Norte obteve redução no comparativo, porém ainda assim possui a cesta mais cara R\$ 505,97, seguido da região sul com R\$ 501,48 reais. (ABRASMERCADO, 2016)

Outro dado interessante a ser levado em conta é o aumento do valor dos produtos nos supermercados. Segundo a ABRAS, os produtos mais consumidos pelos brasileiros, tiveram um aumento de 17,95% no mês de março (2016), quando comparados com o preço no mesmo mês de 2015, dentre os maiores aumentos no mês temos: leite longa vida com reajuste de 5,50%, cerveja 4,47% e detergente de louças com 4,25%. (ABRAS, 2016)

Órgãos e entidades de controle e fiscalização dos alimentos no Brasil

Os supermercados são estabelecimentos de venda e varejo com muitas seções, onde vendem alimentos, produtos de limpeza e higiene, bebidas entre outras inúmeras mercadorias. Eles precisam seguir, rigorosamente, normas e leis impostas pelo país e estado, distribuídas em órgãos regulamentais.

Estes departamentos se encontram distribuídos de acordo com as inúmeras variedades de produtos e de acordo com os direitos trabalhistas e do consumidor. Cada produto do supermercado possui suas medidas sanitárias e normas, para ser armazenado, manuseado e comercializado de forma correta sem provocar riscos ou danos à saúde do consumidor.

Os órgãos regulamentais ou departamentos de legislação estão espalhados dentro de cada estado, controlando e fiscalizando os alimentos em todo o Brasil. É uma responsabilidade compartilhada entre todos os órgãos e departamentos da

Administração Pública de cada estado, com destaque aos órgãos da Agricultura e do Sistema Único de Saúde. (THALITA, KAREM, 2009)

Agência Nacional de Vigilância Sanitária

O controle sanitário dos alimentos é realizado pela ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), criada pela Lei nº 9.782, de 26 de janeiro 1999, é uma autarquia sob regime especial, que tem como área de atuação, não um setor específico, mas sim, todos os setores relacionados a produtos e serviços que possam afetar a saúde da população brasileira.

A ANVISA possui medidas sanitárias que representam as ações fiscais e administrativas que são tomadas para proteger a população de um risco sanitário, e podem ser divididas em dois tipos: medidas preventivas e medidas decorrentes do Processo Administrativo Sanitário.

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) é responsável pela gestão das políticas públicas de estímulo à agropecuária. Ou seja, o MAPA visa controlar e fiscalizar empresas de produção primária e indústrias de processamento de produtos de origem animal. Além destes se faz presente no controle de empresas beneficiadoras de produtos de origem vegetal (minimamente processados) e indústrias de processamento de bebidas. (MAPA, 2016)

Metodologia de Pesquisa

A pesquisa seguiu a abordagem quantitativa de caráter descritivo, segundo Malhotra (2001, p. 9), “O principal objetivo da pesquisa descritiva é descrever alguma coisa, normalmente, características ou funções do mercado”.

A coleta dos dados foi feita baseando-se nos 35 produtos mais comprados em todo país, segundo a ABRAS, onde foram utilizados os valores de venda do momento da pesquisa e em seguida divididos ou multiplicados pela quantidade consumida ou utilizada mensalmente. Essa coleta de dados foi realizada entre os dias 06 e 07 de maio de 2016 em 6 supermercados. Os supermercados 01, 02 e 03 são do município de

Mondaí, o 04 e o 05 são do município de Iporã do Oeste e o 06 se localiza no município de São João do Oeste.

A pesquisa foi realizada nesses seis supermercados tendo como critério de escolha o fato de todos possuírem açougue e não pertencerem a redes de distribuição iguais. Os estabelecimentos escolhidos são todos do Extremo Oeste de Santa Catarina e o intervalo entre a coleta de preços não foi maior do que 24 horas.

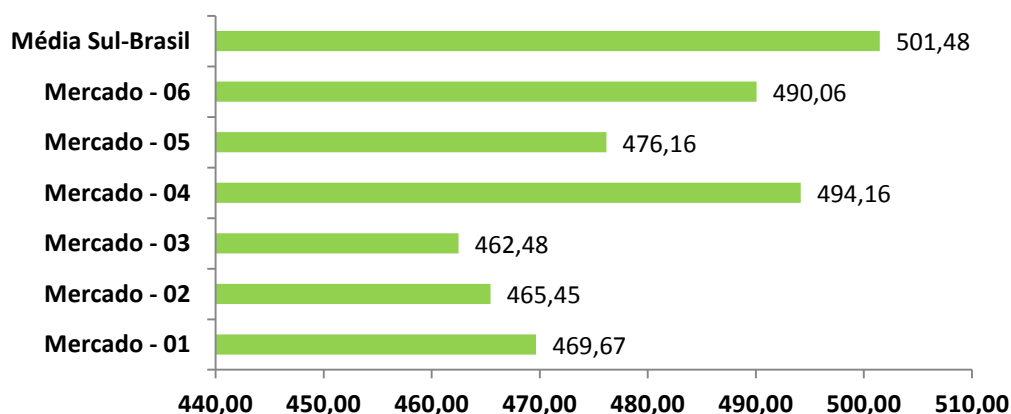
Os resultados foram analisados por meio de estatística básica descritiva, com dados comparativos e de porcentagem, todos processados em planilha do *Excel* onde, também, foram elaborados as tabelas e os gráficos.

Resultados e discussões

A intenção com o desenvolvimento e aplicação dessa pesquisa foi elaborar um parâmetro comparativo sobre como estão os preços dos supermercados comparados entre si e comparados com as médias das demais regiões brasileiras, levando-se em conta que ficam na parte menos povoada e mais distante dos grandes centros urbanos.

No gráfico 01 temos um comparativo entre a média no mês de março da região Sul e a dos 6 mercados pesquisados.

Gráfico 01: Comparativo entre Região Sul/março 2016 e Supermercados pesquisados (Valores em reais)



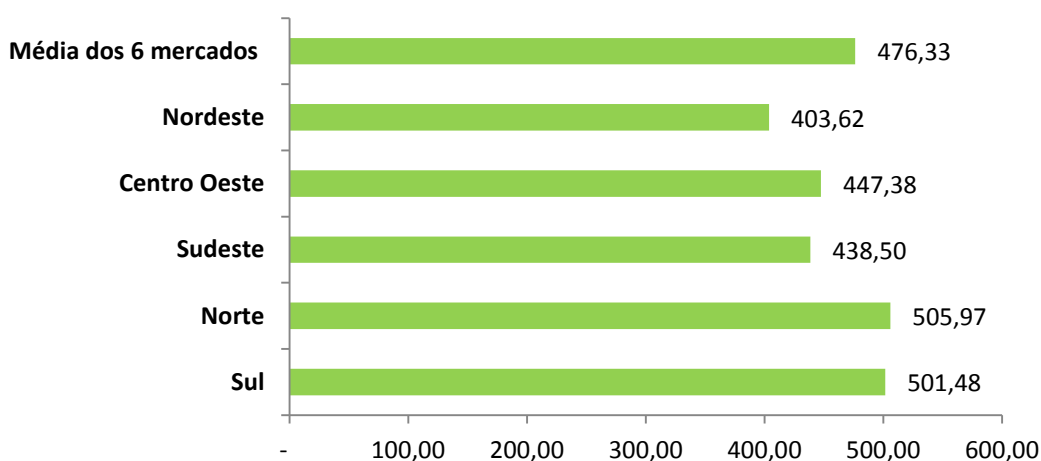
Fonte: Dos autores e ABRAS, 2016.

Analisando o Gráfico 01 pode-se observar que os preços praticados na região variaram R\$ 31,68, 7% aproximadamente, entre o supermercado 03, menor valor

verificado e o supermercado 04 que foi o mais caro. Quando comparados com a média da região todos os supermercados apresentam valores mais baixos, variado de R\$ 7,32 até R\$ 39,00.

No gráfico 02 temos uma comparação entre a média aritmética dos 35 produtos pesquisados nos 6 supermercados da região Extremo Oeste Catarinense e as médias por regiões do país no mês de março de 2016.

Gráfico 02: Comparativo da média de preços dos 35 produtos das regiões brasileiras e média da pesquisa realizada nos 6 supermercados (valores em reais)

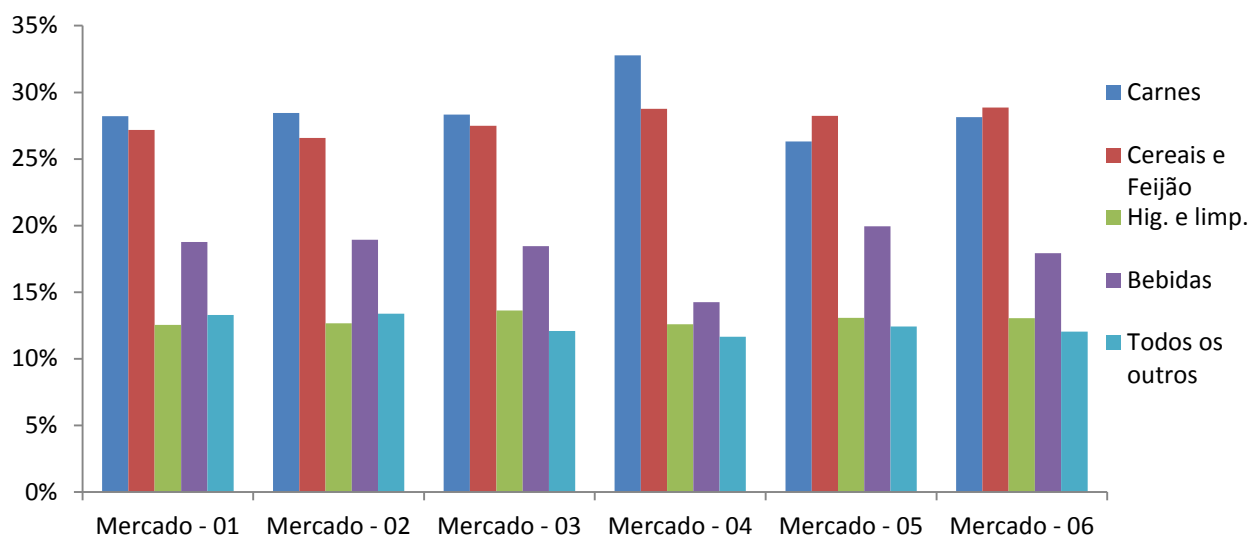


Fonte: Dos Autores e ABRAS, 2016.

Pode-se observar que a média dos supermercados pesquisados é inferior aos preços praticados nas regiões Norte e Sul, porém seus valores ainda são elevados quando comparados a regiões como Nordeste e Sudeste.

Já no gráfico 03 tem-se a divisão dos itens em categorias de consumo.

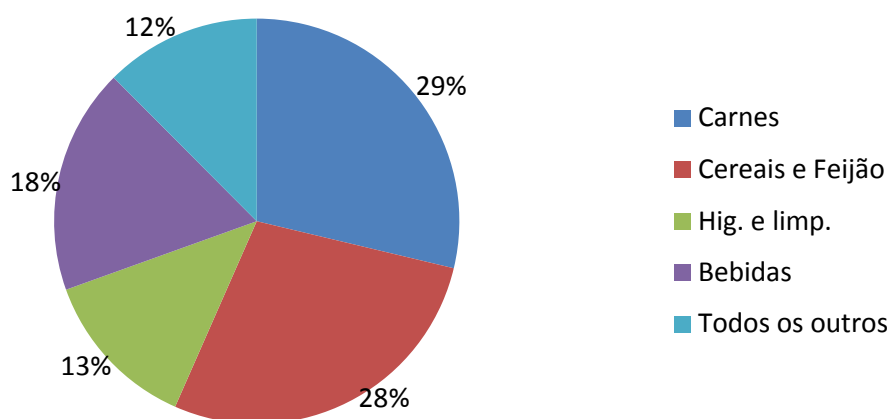
Gráfico 03: Representação dos custos por categorias consumidas (valores em %)



Fonte: Dos Autores, 2016.

Analisando o gráfico 03 nota-se que as categorias que mais implicam nos custos com supermercado são as que correspondem a carnes (gado, frango e suíno), em segundo são os cereais (arroz, farinhas e massas) e o feijão, chegando a representar mais de 30% como é o caso do supermercado 04. Outro dado relevante a ser considerado é que os gastos com bebidas (refrigerante, cerveja e café) são superiores aos gastos com itens de higiene e limpeza em todos os casos.

Gráfico 04: Percentual dos gastos familiares por categorias.



Fonte: Dos Autores, 2016.

Calculando-se a média aritmética do custo dos produtos em todos os supermercados, pode-se observar o quanto cada categoria implica no custo geral dos consumidores. Nota-se que a categoria que implica o maior custo é a referente a carnes, seguida dos cereais, bebidas, higiene e limpeza e o restante dos itens implica apenas 12% dos custos totais.

Conclusões

Ao final do trabalho é possível concluir que, apesar da microrregião Extremo Oeste de Santa Catarina estar distante dos grandes centros comerciais, ainda assim os custos com supermercados são inferiores a média das demais regiões do país, talvez por grande parte dos itens que compõem a lista da ABRAS, serem regionalizados, e pela grande adesão dos supermercados às redes de distribuição, que tornam a logística mais barata.

Nota-se, também, que os preços praticados nos supermercados 01,02 e 03 localizados no município de Mondaí são ligeiramente inferiores aos demais, o que possivelmente se dê ao fato de o município possuir grande número de estabelecimentos desse ramo, tornando maior a competição e reduzindo os custos aos consumidores.

Temos, também, os gastos com carnes, cereais e feijão como categorias mais caras aos consumidores, fato decorrente da cultura do sul do país, que tem a alimentação baseada no consumo de carnes, além do arroz e feijão.

Deixa-se como sugestão para futuros trabalhos, fazer comparativos entre cidades pequenas, médias e grandes, pois notou-se que entre cidades menores os custos já variam bastante, seria interessante um comparativo com cidades de portes maiores, ou até mesmo comparativos entre pequenos mercados e grandes redes de supermercados, que poderia envolver os itens que compõem a cesta básica.

Referências Bibliográficas

ABRAS (2016). **Abrasmercado**. Brasil. Disponível em: <<http://www.abras.com.br/economia-e-pesquisa/abrasmercado/apresentacao/>>. Acesso em: 01 jun. 2016.

LUKIANOCENKI, Marlucy. **Abrasmercado**. 2016. (Brasil). Disponível em: <<http://abrasnet.com.br/edicoes-antiores/Main.php?MagID=7&MagNo=178>>. Acesso em: 01 jun. 2016.

ANVISA. Agencia Nacional de Vigilância Sanitária. **Institucional**. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/institucional>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

BRANDALISE, Loreni Teresinha et al (org.). A Tecnologia da Informação na Logística dos Supermercados de Cascavel. **Ennpex**, Cascavel, v. 8, n. 5, p.1-22, 22 jun. 2009.

DIEESE, Daniela BareaSandi. Movimento Sindical Brasileiro (Org.). **Boletim de Indicadores do Comércio: Supermercados em 2013**. 5. ed. São Paulo, 2013. 10 p.

FERREIRA, Paulo Roberto do Amaral. **O Processo de Globalização do Varejo de Massa e as Lutas Competitivas: O Caso do Setor Supermercadista No Brasil**. 2013. 288 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MAPA. Ministério da Agricultura. **Ministério da Agricultura**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/ministerio>>. Acesso em: 21 abr. 2016.

SESSO, Umberto Antônio. **O Setor Supermercadista no Brasil nos Anos 1990**. 2003. 216 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

SOUZA, Marco Antônio Ferreira de; MACEDO, Marcelo Álvaro da Silva; FERREIRA, Marcelo Sales. Desempenho Organizacional no Setor Supermercadista Brasileiro: Uma Análise Apoiada em DEA. **Rege**, São Paulo, v. 17, n. 2, p.151-167, 01 abr. 2010.

THALITA, A.S.L.; KAREM, G.M.. **Gerência de inspeção e Controle de Riscos de Alimentos** - **GICRA**. Brasília, 2009. Disponível em: <www.anvisa.gov.br/alimentos/fiscalizacao_alimentos.pps> Acesso em: 21 abr. 2016.

WILDER, Ariel. **Mudanças no Setor Supermercado e a Formação de Associações de Pequenos Supermercados**. 2003. 208 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciência Econômica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.