

Cardápio só melhora logo após pagamento

138

LEDICE ARAUJO

Do café da manhã ao jantar, os cardápios das refeições diárias, em casa, são sempre melhorados no início do mês. Enquanto o salário dura, muitas famílias saboreiam os produtos que vêm suprimindo por causa do aumento das contas prioritárias. Dependendo do poder aquisitivo, os ingredientes variam da carne seca para acompanhar o feijão ao camarão para acompanhar a moqueca de peixe. Mas a festa acaba depois do dia 15 e aí só se compram os artigos básicos que, eventualmente, faltam nos últimos dias do mês.

Este comportamento dos consumidores pode ser confirmado pelas estimativas dos supermercadistas que apontam uma queda de até 40% nas vendas a partir da segunda semana do mês. Por isto, a maioria das empresas investe cada vez mais agressivamente nas campanhas promocionais que normalmente duram do dia 31 ao dia 15. A lista de ofertas é sempre carregada de produtos básicos que, afinal, atraem os clientes para outras mercadorias não essenciais.

Pesquisas recentes indicam que as compras nos primeiros dez dias chegam a representar de 57% a 60% do volume registrado no mês. Francisco Esteves, Diretor Comercial do Rainha, diz que esse aumento acentuado independe da localização da loja. A filial de Caxias, por exemplo, registra, no início do mês, uma saída muito maior de carne seca, lombinho, chispe, lingüiça e miúdos. À medida que se aproxima o final do mês, os clientes só aparecem para comprar os artigos básicos.

Pela avaliação de Aylton Fornari, Vice-Presidente da Associação dos Supermercados do Rio, esta variação de compra afeta mais a classe média, que recebe o grosso do salário até o dia 5 do mês. As famílias, neste caso, engrossam as compras de carnes, queijos e alguns supérfluos. Quanto ao pessoal que recebe salário-mínimo ou pouco acima, as compras são diluídas pelo mês. Algumas empresas do setor adotaram este ano a estratégia do cheque pré-datado e, com isso, vêm conseguindo a antecipação das compras do mês.