



## **Reestruturação do Sistema de Levantamento de Preços no Mercado Atacadista de São Paulo, 2015<sup>1</sup>**

### **1 - INTRODUÇÃO**

O Instituto de Economia Agrícola (IEA) da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo (SAA) há mais de 50 anos tem disponibilizado à sociedade os informes dos preços no mercado atacadista na cidade de São Paulo. O objetivo, em suas décadas iniciais, foi de produzir de forma sistemática informações rápidas e precisas de preços, de modo a orientar produtores e intermediários na comercialização de seus produtos. O tempo de acesso às informações de preços bem como a capacidade de prever suas tendências podem determinar a diferença entre lucro e prejuízo. Por isso, muitas são as empresas e entidades que elaboram estatísticas de preços, ou estudos a partir delas, mas poucas são as que mostram preocupação com a maneira como elas são obtidas.

O nível atacadista oferece maiores facilidades de coleta de preços pelo número de participantes do que em qualquer dos outros níveis da comercialização agrícola, uma vez que assume a função de concentrar as mercadorias que serão distribuídas aos consumidores da rede varejista, propiciando visão aproximada da posição de cada produto na conjuntura mercadológica<sup>2</sup>.

No final do século passado, o mercado de produtos alimentícios passou por grande transformação. O centro nacional de distribuição física de alimentos foi deslocado da cidade de São Paulo para o Triângulo Mineiro (Uberlândia principalmente).

Ora, considera-se que as características da região do Triângulo Mineiro, particularmente sua localização geográfica, foram extremamente favoráveis ao papel de região abastecedora de São Paulo quanto a alimentos, e intermediadora de produtos industrializados tanto para o Centro-Oeste do país quanto para Brasília. O comércio atacadista fortaleceu-se, viabilizando uma rápida modernização da agricultura regional, inclusive<sup>3</sup>.

A rede de supermercados consolidou seu predomínio no comércio varejista e, ao comprar diretamente da indústria, reduziu a participação de equipamentos atacadistas, que se limitaram a atender o pequeno comércio, restaurantes, lanchonetes, pizzarias e as feiras livres.

Já no início do século XXI, ganharam grande expressão as redes de lojas de *cash & carry*, popularmente chamadas de "atacarejo", nas quais consumidores e pequenos comerciantes podem comprar em unidades de atacado ou de varejo. As maiores redes varejistas do Brasil ampliaram aceleradamente suas lojas com este novo formato (o Carrefour expandiu o Atacadão, e o Pão de Açúcar a Assaí, por exemplo). No final de 2014, foi criada a Associação Brasileira dos Atacadistas de Autosserviço (ABAS), com a adesão das principais redes de "atacarejo", reunindo representantes das empresas Assaí, Atacadão, Atacadista Roldão, Makro, Mart Minas, Maxxi Atacado, Spani, Tenda e Villefor. Cerca de R\$47 bilhões é o faturamento somado das nove empresas que compõem a recém-criada ABAAS, entidade que vai representar as empresas de "atacarejo" no país. As empresas associadas têm atualmente 400 lojas e empregam 70 mil funcionários diretos. A ideia é se unir para fortalecer o setor e atender as demandas específicas do atacado de autosserviço. Para os representantes das empresas de autosserviço, este sistema de vendas é muito estratégico para as indústrias, pois atinge um grande número de pequenos comerciantes, pequenos supermercados, mercearias, transformadores, padarias, confeitarias, pizzarias, restaurantes, sorveterias, donos de carrinhos de cachorro-quente, hotéis, bares, lanchonetes, cozinhas industriais, produtores rurais e grandes consumidores<sup>4</sup>.

Mais recentemente, estas mesmas redes passaram a expandir também o pequeno comércio de produtos básicos nas lojas tipo *express* ou *mini*.

Houve intenso processo de interiorização da agroindústria e da produção avícola, o que promoveu a descentralização da comercialização de produtos como soja, milho e trigo.

A conclusão do Rodoanel na Região Metropolitana de São Paulo deverá permitir a proibição do ingresso de veículos de grande porte em seu interior, forçando a criação de entrepostos para o transbordo para veículos menores ao longo do seu circuito. A própria Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP) ultima preparativos para se adaptar à nova situação. O fluxo de caminhões para a tradicional zona cerealista do Brás sofrerá fortes restrições.

Acompanhando a evolução do mercado e as mudanças estruturais que vêm ocorrendo na comercialização dos produtos agropecuários, o IEA buscou reformular o levantamento de forma a coletar de maneira mais eficiente os preços de atacado e intensificou os esforços para fornecer subsídios às licitações dos grandes compradores institucionais públicos (escolas - merenda ou restaurantes universitários, hospitais, penitenciárias, quartéis, etc.) ou privados (restaurantes industriais e outros). Com esta mudança, deixou-se de coletar preços de *commodities* (soja, milho e trigo, cujos preços se formam no mercado

internacional) e outros produtos que perderam expressão na capital do estado e passou-se a coletar preços de produtos utilizados na merenda escolar e/ou restaurantes (cortes de carne bovina, suína e de frango, e salsicha, por exemplo).

Para tanto, também foi expandida a área de coleta, primeiramente para a Região Metropolitana de São Paulo e, mais recentemente, para a Grande MetrÓpole contida no quadrilátero Santos, Campinas, Sorocaba e São José dos Campos.

O levantamento de preços, que era realizado principalmente na CEAGESP e na Zona Cerealista do Brás, passou a incluir as principais redes de "atacarejo", por meio de suas lojas localizadas na Grande Área Metropolitana.

Até recentemente o levantamento divulgou diariamente os preços mínimos, máximos e o mais comum para cada tipo e/ou variedade do produto. Essa forma de apresentação das informações só foi alterada em 2015, quando se adotou um novo sistema de processamento dos dados e passou-se a divulgar os preços mínimos, médios e máximos. Com isso, os agentes públicos ou privados dispõem de uma faixa de preços para orientar seus processos de licitação de alimentos.

## **2 - METODOLOGIA**

Para melhor entendimento e clareza dos procedimentos executados pelo IEA, apresentam-se a metodologia de levantamento, a metodologia de cálculo, o conceito adotado para a formação de preços e as limitações provenientes da adoção do método estatístico.

### **2.1 - Metodologia de Levantamento**

O levantamento de preços no nível de atacado é realizado diariamente, no período da manhã. São coletados atualmente preços de 62 a 66 produtos<sup>5</sup>. O número de produtos levantados varia porque alguns deles não têm frequência de informações suficientes para ter divulgação diária, apenas mensal (charque, leite B e leite C); outros ainda são sazonais (alho, batata e cebola).

A coleta de preços é realizada em uma amostra intencional de 178 informantes, divididos em 7 grupos que são pesquisados em sequência. Ela é feita por entrevistas telefônicas diretas, com os comerciantes, e também por e-mails, boletins e consultas de *sites*.

### **2.2 - Metodologia de Cálculo**

Os preços coletados diariamente são criticados subjetivamente a fim de se eliminar os dados não condizentes com as demais informações obtidas pelos enumeradores e com a evolução do comportamento dos preços de mercado.

Os preços diários são calculados segundo as seguintes fórmulas:

- 1) Preço mínimo =  $(0,75 \times \text{preço mínimo digitado no dia} + 0,25 \text{ do preço mínimo finalizado no dia anterior})$ ;
- 2) Preço médio =  $(0,75 \text{ da média dos preços mínimos e máximos digitados no dia} + 0,25 \text{ do preço médio finalizado no dia anterior})$ ; e
- 3) Preço máximo =  $(0,75 \times \text{preço máximo digitado no dia} + 0,25 \text{ do preço máximo finalizado no dia anterior})$ .

Tais fórmulas foram adotadas para atenuar variações acentuadas devido à diferença de qualidade dos produtos e não se aplicam a produtos que têm apenas um informante (como o feijão em saco coletado na Bolsinha).

Os preços diários de atacado são agregados aos preços recebidos pelos produtores e preços internacionais, para constituição do Boletim Diário de Preços do IEA, divulgado em seu *site*, em média, às 11h30, e pela lista de *e-mail*.

Ao final de cada mês, são calculados os preços médios mensais e disponibilizados no site, dentro do Banco de Dados do IEA.

### 2.3 - Conceito

Os preços médios dos produtos agrícolas no mercado atacadista da Região Metropolitana de São Paulo referem-se aos preços obtidos durante a venda das mercadorias com o pagamento à vista. Para os produtos que não apresentam especificações, mas que podem possuir diferentes marcas, tipos ou variedades, os preços referem-se a uma média dos preços das mercadorias mais comumente encontradas no mercado atacadista de São Paulo.

### 2.4 - Limitação das Séries

A amostra de informações de preços no mercado atacadista da cidade de São Paulo não é probabilística, razão pela qual não é realizada análise de qualidade das informações coletadas pela utilização do cálculo de variância. A escolha dos agentes de comercialização ou centros atacadistas entrevistados foi feita de acordo com o Censo Nielsen realizado pela Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados (ABAD) e agregando-se informações do balanço anual de grandes empresas que não responderam ao Censo Nielsen. Buscou-se a representatividade das redes atacadistas responsáveis por mais de 20% do valor comercializado no Brasil (apenas as redes Atacadão, Makro e Assaí respondem por cerca de 20% do faturamento do atacado no Brasil). Atualmente, esta pesquisa denomina-se "Ranking ABAD/Nielsen".

O Ranking ABAD/Nielsen é realizado anualmente desde 1994, com o objetivo de fornecer uma radiografia do segmento atacadista distribuidor, a partir de respostas elaboradas pelas próprias empresas. Ele é resultado de uma parceria da entidade com a consultoria Nielsen e a FIA (Fundação Instituto de Administração). Os dados obtidos permitem visualizar a evolução do segmento e dos negócios realizados pelas empresas no período, bem como suas relações com a economia como um todo. Segundo a consultoria Nielsen, **95% dos supermercados pequenos** (de um a quatro *checkouts*) e **40% dos supermercados médios** (de cinco a 19 *checkouts*) são abastecidos por empresas atacadas distribuidoras. O pequeno e o médio varejo são os que mais atendem os consumidores das classes C, D e E, cujo grande crescimento do poder de compra está mudando o perfil do consumo no país<sup>6</sup>.

Alguns produtos englobam diferentes tipos ou variedades, enquanto outros apresentam diferentes marcas que resultam numa grande amplitude da faixa de variações dos preços.

### 3 - RESULTADOS/CONCLUSÕES

Em função da evolução da estrutura de produção, industrialização e comercialização de alimentos no Brasil, particularmente em São Paulo, o IEA reorganizou o seu levantamento de preços no atacado, ampliando a área de coleta e adequando a relação de produtos às necessidades de uma nova clientela. Agentes públicos e privados encontram uma faixa de preços que lhes fornece apoio na realização de licitações, visando aquisição de alimentos. A revisão na lista de produtos abrangidos pelo levantamento do IEA permitiu a redução da sobreposição e o aumento da complementariedade com os boletins diários da CEAGESP (que há 50 anos levanta e divulga preços de hortigranjeiros e produtos diversos)<sup>7</sup> e da Bolsa de Cereais de São Paulo (que há 92 anos divulga os preços de cereais na capital)<sup>8</sup>.

<sup>1</sup>O autor agradece à pesquisadora Celma da Silva Lago Baptistella pelo estímulo a esta publicação.

<sup>2</sup>SANTIAGO, M. M. D. et al. **Estatísticas de preços agrícolas no Estado de São Paulo**. São Paulo: IEA, 1990. (Séries Informações Estatística da Agricultura).

<sup>3</sup>ALMEIDA FILHO, N. Mudanças na Dinâmica Regional: Alterações Estruturais na economia do Triângulo Mineiro: 1985-1996. In: SEMINÁRIO SOBRE A ECONOMIA MINEIRA, 9., 2000. Diamantina. **Anais...** Diamantina: UFMG, 2000. Disponível em: <[http://www.researchgate.net/publication/4927477\\_Mudanças\\_na\\_dinâmica\\_regional:\\_alterações\\_estruturais\\_na\\_economia\\_do\\_Triângulo\\_Mineiro](http://www.researchgate.net/publication/4927477_Mudanças_na_dinâmica_regional:_alterações_estruturais_na_economia_do_Triângulo_Mineiro)>. Acesso em: 26 out. 2015.

<sup>4</sup>ASSOCIAÇÃO MINEIRA DE SUPERMERCADOS - AMIS. **Atacadistas de autosserviço criam associação com faturamento de R\$ 47 bi - 17/12/2014**. Prado Belo Horizonte: AMIS. Disponível em: <<http://www.portalamis.org.br/?secao=noticias&id=614>>. Acesso em: 27 out. 2015.

<sup>5</sup>INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA - IEA. **Banco de dados**. São Paulo: IEA. Disponível em: <<http://ciagri.iea.sp.gov.br/precosdiarios/>>. Acesso em: out. 2015.

<sup>6</sup>ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ATACADISTAS E DISTRIBUIDORES DE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS - ABAD. **Banco de dados**. São Paulo: ABAD. Disponível em: <[http://www.abad.com.br/ds\\_ranking.php](http://www.abad.com.br/ds_ranking.php)>. Acesso em: 27 out. 2015.

<sup>7</sup>COMPANHIA DE ENTREPÓSITOS E ARMAZÉNS GERAIS DE SÃO PAULO - CEAGESP. **Preços de atacado**. São Paulo. Disponível em: <<http://www.ceagesp.gov.br/entrepotos/servicos/cotacoes/>>. Acesso em: out. 2015.

<sup>8</sup>BOLSA DE CEREAIS DE SÃO PAULO - BCSP. **Boletim informativo diário**. São Paulo: BCSP. Disponível em: <<http://www.bcsp.com.br/Boletim.asp>>. Acesso em: out. 2015.

**Palavras-chave:** preços, atacado, São Paulo.

Luis Henrique Perez  
Pesquisador do IEA  
[lhperetz@iea.sp.gov.br](mailto:lhperetz@iea.sp.gov.br)

Liberado para publicação em: 16/11/2015