



Angelina Almeida e o filho trouxeram do supermercado dois sacos de compras, sem carne nem peixe, por quase 30 euros

FAMÍLIAS REDUZEM COMPRAS AO ESSENCIAL

Inflação na alimentação chegou aos 13,9% e obrigou portugueses a mudar hábitos de consumo. Vão mais vezes ao supermercado, mas trazem menos coisas. Optam sobretudo por marcas brancas e cortam em tudo o que não é imprescindível

Textos JOANA PEREIRA BASTOS e RAQUEL ALBUQUERQUE Foto ANA BAIÃO Infografias CARLOS ESTEVES

Há já alguns meses que Angelina evita ir ao supermercado e encomenda tudo pela internet. O objetivo é não cair na tentação de levar para casa algo que não é essencial. Perante a escalada de preços dos últimos seis meses, forçou-se a uma nova rotina de compras, muito mais planeada e onde só entra mesmo o necessário. Reduziu o que põe no carrinho, escolhe sempre o mais barato, quase tudo de marca branca, e só volta a fazer compras depois de esgotar o que há na despensa. Salmão e dourada já não chegam à mesa e picanha só em dias de aniversário.

“Está tudo muito mais caro. O preço de um pacote de esparguete quase duplicou e dois sacos de compras, sem carne nem peixe, chegam facilmente aos 30 euros”, lamenta Angelina Almeida, assistente social de 47 anos, que vive em Lisboa com o marido, de 52, e o filho, de 9. Antes, a família costumava fazer uma grande compra por mês, que custava entre 200 e 250 euros. Em abril, já com os preços a subir, as mesmas compras custaram-lhes quase 400 euros. “Percebemos que era insustentável. A partir daí, começámos a comprar só online, de quinze em quinze dias, e em menor quantidade. Programamos muito mais o que cozinhámos, para que não haja sobras que acabem no lixo, e só pedimos mesmo o essencial. Em vez de repor o que que acaba, vamos até ao limite do que temos. Se nos apetece massa mas já não há, não vamos comprar. Comemos arroz”, explica.

A família de Angelina espelha as alterações de padrões de consumo provocadas pela subida acentuada da inflação — que chegou aos 9,1%, o nível mais alto dos últimos 30 anos. E na alimentação é ainda mais elevada (13,9%), obrigando os portugueses a mudar de hábitos para encolher a conta de supermercado. Os dados do INE mostram que a quantidade de bens alimentares comprados pelas famílias está a cair desde fevereiro, tendo recuado 0,4% em junho face ao mesmo mês de 2021. A escolha preferencial de marcas brancas, a redução da quantidade de bens adquiridos em cada compra e a quebra de vendas de produtos não essenciais são as principais ten-

dências identificadas por consultoras, associações de consumidores e cadeias de supermercados.

“Antes, a maioria dos portugueses ia ao supermercado fazer a compra do mês. Agora vão mais vezes, mas trazem muito menos coisas. Planeiam mais o que precisam e estão mais atentos às promoções”, resume Ana Guerreiro, porta-voz da Deco Proteste, que monitoriza diariamente a evolução dos preços

nos supermercados. Neste momento, o custo de um cabaz básico de 63 produtos essenciais — que inclui, por exemplo, leite, queijo, manteiga e fiambre, arroz, farinha, massa e açúcar, além de carne, peixe, frutas e legumes — chega aos €211,24, mais €28 do que há seis meses, quando começou a guerra na Ucrânia. Só na última semana, aumentou mais quatro euros. Por categorias, o peixe e a carne sofreram os maiores aumentos, com subidas que atingiram 22% e 17%, respetivamente.

COMPRAS MAIS PENSADAS

Perante esta escalada, já em maio 40% dos portugueses inquiridos num estudo da Deco admitiam estar a cortar nos bens alimentares não essenciais, como álcool, doces e salgados. Também os produtos de higiene e droguaria estão entre os que registam as maiores quebras. “As vendas de alguns produtos não essenciais têm decrescido”, confirma o Pingo Doce. E mesmo nos produtos básicos, as famílias estão a cortar na quantidade.

“Notamos uma maior compra de formatos mais pequenos em detrimento

de formatos maiores e um aumento da ida às nossas lojas, mas com uma compra menor em cada visita”, revela Helena Guedes, diretora comercial do grupo Dia. A “retração nas quantidades vendidas” é igualmente apontada pelo Auchan. Em geral, as famílias viram-se forçadas a controlar de forma mais apertada o que levam para casa, para poupar na fatura. “Existe uma redução da compra por impulso e uma rotina de compra mais organizada”, corrobora o Lidl.

De acordo com a Nielsen, consultora especializada na área do consumo, 57% das famílias portuguesas estão agora a “vigiar cuidadosamente os seus gastos, comparando ainda mais os preços, evitando desperdícios e fazendo mais listas de compras”. A venda dos chamados bens de consumo rápido — os mais vendidos nos supermercados, como alimentação e higiene — já recuou 0,3% no primeiro semestre deste ano.

Mas apesar de estarem a levar para casa menos produtos, “o valor médio da compra [de supermercado] manteve-se mais ou menos igual, devido ao efeito da inflação”, diz o diretor-geral

da Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED), Gonçalo Lobo Xavier. “Nitidamente, as pessoas estão a fazer uma gestão muito mais rigorosa do seu orçamento e a alterar o seu consumo em função das promoções. Se numa semana há promoção de carne de porco, é essa que consomem”.

É preciso recuar até novembro de 1992 para encontrar uma escalada do custo de vida semelhante à atual. Nas

57% DAS FAMÍLIAS ESTÃO A VIGIAR MAIS OS GASTOS, COMPARANDO PREÇOS, EVITANDO DESPERDÍCIOS E FAZENDO MAIS LISTAS DE COMPRAS

BEBIDAS ALCOÓLICAS, DOCES, SALGADOS, PRODUTOS DE HIGIENE E DROGUARIA ESTÃO ENTRE OS QUE MAIS CAÍRAM EM VENDAS

