



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

CONSUMO

INVESTIGAÇÃO

últimas duas décadas, a inflação manteve-se baixa, pelo que muitos portugueses não têm memória nem nunca sentiram os preços a subir de forma tão acentuada. A experiência prévia dita a rapidez da reação: “Consumidores que sentiram anteriormente reduções do poder de compra provocadas por inflação tendem a responder mais rapidamente com algum freio ao consumo, enquanto as gerações mais jovens podem demorar mais a alterar hábitos”, explica Raquel Barbosa Ribeiro, especialista em Sociologia do Consumo.

Nestas alturas, a retração do consumo “manifesta-se através da concentração do esforço financeiro em bens alimentares e habitação e no adiamento de compras de bens duráveis e diminuição dos gastos em lazer, cultura e educação”, explica. Em todas estas áreas, e também no vestuário e calçado, já há um recuo na procura, que tão cedo não deverá retomar. Até porque se prevê que os preços continuem a subir.

“Nos próximos meses, a pressão provocada pelo aumento da fatura energética e de outros custos de produção continuará a ter consequências na subida de preços da maioria dos bens alimentares”, avisa o diretor-geral da APED, Gonçalo Lobo Xavier. O presidente da Confederação dos Agricultores de Portugal, Eduardo Oliveira e Sousa, corrobora: “Os custos de produção dispararam de forma descontrolada, pelo que não há alternativa ao aumento dos preços. E essa tendência de subida não tem fim à vista, pelo menos enquanto não estabilizar o preço da energia e dos combustíveis”.

PREÇOS AINDA VÃO SUBIR MAIS

Pedro Brinca, economista e professor na Nova SBE, estima que os preços dos produtos alimentares comecem a descer dentro de seis meses. Mas o problema vai muito além da conta do supermercado. A fatura do gás e da eletricidade subiu mais de 35% no último ano e prevê-se que aumente ainda mais no início de 2023. As despesas com transportes estão 13% mais caras e os encargos com a habitação, que já cresceram 2,8%, deverão disparar com a subida das taxas de juro. “Tudo isto, em conjunto, significa uma diminuição do rendimento disponível”, frisa.

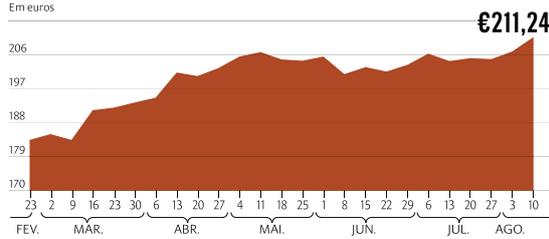
Perante este cenário, Pedro Brinca considera que os apoios dados às famílias mais carenciadas – como o subsídio de 60 euros, que foi atribuído por duas vezes, para ajudar no cabaz alimentar – são “claramente” insuficientes. “Isso vê-se através de uma métrica simples: enquanto o rendimento disponível dos portugueses diminui, o Estado acumula receitas fiscais extraordinárias bastante acima do que estava no Orçamento do Estado”, critica.

Também a Deco Proteste lamenta a falta de apoios e defende que uma redução, mesmo que transitória, do IVA dos bens essenciais “seria fundamental para trazer, já no imediato, algum alívio às famílias”. Até porque muitas começam a já não ter onde cortar, pondo em risco a alimentação básica. Na casa de Angelina Almeida, por exemplo, o esparquite e o atum, que antes comprava de marca, já foram substituídos pelos mais baratos do mercado. As frutas e legumes já não são trazidos do supermercado, mas da pequena loja de bairro, com preços mais em conta. E a ementa familiar já sofreu as alterações possíveis.

“Já não temos grandes hipóteses de substituição de alimentos, até porque temos uma criança em casa. Já compramos só marcas brancas e os produtos mais baratos, portanto não há muito por onde cortar. Preocupa-me bastante se os preços continuarem a subir”, desabafa.

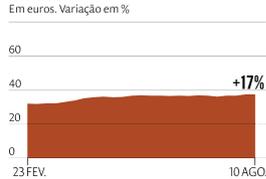
jbastos@expresso.imprensa.pt

EVOLUÇÃO DO PREÇO DE UM CABAZ ALIMENTAR BÁSICO*



*Cabaz definido pela Deco Proteste e composto por 63 produtos alimentares essenciais

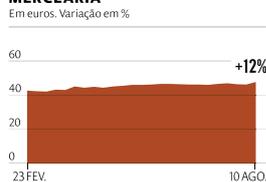
CARNE



PEIXE



MERCEARIA



FRUTA E LEGUMES



LATICÍNIOS



CONGELADOS



OS PRODUTOS QUE MAIS SUBIRAM DESDE O INÍCIO DO ANO



+42%
FARINHA FINA PARA BOLOS



+42%
ÓLEO ALIMENTAR



+35%
CEREAIS



+32%
FRANGO



+30%
BIFE DE PERU



+30%
POLPA DE TOMATE



+27%
SALMÃO



+27%
BOLACHA MARIA

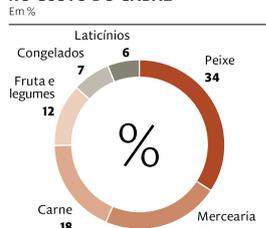


+26%
SALSICHAS



+26%
LOMBO DE PORCO

PESO DE CADA CATEGORIA NO CUSTO DO CABAZ



AUMENTO DOS PREÇOS POR CATEGORIA



SUBIDA DOS PREÇOS NO MÁXIMO DESDE 1992



FONTE: DECO PROTESTE E INE

Ana Guerreiro
Porta-voz da Deco Proteste

“É fundamental baixar o IVA nos bens essenciais”

Segundo um inquérito realizado em maio, 73% dos portugueses dizem ter sido forçados a fazer alterações nos seus hábitos de consumo devido à subida dos preços. Que alterações foram essas?

A alimentação tem sido uma das esferas mais afetadas pela inflação, com mais de metade dos inquiridos a escolher marcas mais baratas no supermercado, como as ‘marcas brancas’ (53%), e com 40% a cortarem nos produtos alimentares que não entendem como essenciais, como é o caso das bebidas alcoólicas, dos doces e dos salgados. A segunda área em que os portugueses mais fizeram ajustes foi a da mobilidade: metade dos inquiridos revelou usar menos o carro e 35% dizem ter a preocupação de fazer uma condução mais económica. As atividades sociais, culturais e de lazer também sofreram uma redução, assim como a compra de produtos de lazer e de vestuário, que foi posta em compasso de espera ou que foi mesmo cancelada. Quanto à educação, um em cada dez inquiridos admite que tem passado por mais dificuldades quanto ao pagamento das despesas de educação dos filhos.

Ou seja, há mesmo uma deterioração significativa das condições de vida provocada pela inflação.

Sem dúvida. A única área em que os portugueses se dispõem a fazer menos ajustes é a da saúde. Não estão a adiar consultas, seja de que área for, ou a pôr a saúde em segundo plano. Pelo contrário, estão a fazer alterações e ajustes em todo o orçamento familiar para que pelo menos a saúde não fique prejudicada.

COMO POUPAR NO SUPERMERCADO

Fazer uma lista de compras é a melhor forma de evitar despesas adicionais. Pense nas refeições que vai preparar durante a semana e traga só o que realmente necessita.

Compare os preços dos produtos por quilo, litro ou unidade. As ‘marcas brancas’ permitem poupanças que podem chegar aos 30%.

Esteja atento a campanhas de descontos e consulte os folhetos para saber quais as promoções da semana.

Em casa, verifique os prazos de validade, para evitar desperdícios. Na despensa e no frigorífico, coloque à frente os produtos com prazos mais curtos.

O comércio tradicional é uma boa opção para comprar frescos, já que habitualmente é possível encontrar produtos mais baratos. Além disso, têm boa oferta de produtos nacionais.

Já em maio, 40% das famílias diziam não ter margem financeira para enfrentar um agravamento da crise. Depois disso, as principais categorias de produtos, como o peixe e a carne, continuaram a subir. Já se nota algum agravamento de carências alimentares nas famílias acompanhadas pela Deco?

A nossa preocupação tem sido desenvolver ferramentas que permitam aos consumidores terem toda a informação disponível para poderem poupar e gerir melhor o orçamento familiar, como ajudar no planeamento das compras, dizer qual o supermercado mais barato em cada zona, etc. Não temos números em detalhe sobre o agravamento das carências alimentares, mas, face ao aumento dos preços, infelizmente é inevitável que esteja a acontecer.

Os supermercados confirmam que as pessoas estão a fazer compras mais pequenas. É sinal de que as famílias tiveram mesmo de cortar no que levam para casa?

Sim. Só levam mesmo o essencial. Antes iam ao supermercado e faziam a compra do mês, agora vão mais vezes mas trazem muito menos coisas. Planeiam mais o que precisam e estão mais atentas às promoções e às campanhas de descontos.

Os lucros de grandes empresas de distribuição, como a Jerónimo Martins e a Sonae, dispararam este ano. Os supermercados estão a aproveitar-se da guerra para subir os preços mais do que o necessário?

Não temos dados que nos permitam afirmar isso, uma vez que a composição dos preços tem inúmeras variáveis. O que para nós é claro é que o esforço deve ser de todos, consumidores, marcas, produtores e Governo. O que temos estado a ver é que os consumidores é que estão a pagar a fatura, mas é preciso um trabalho conjunto, que comece pelo Governo.

Tabelando preços?

Sim, por exemplo. E sobretudo a nível de impostos. Face a esta conjuntura, baixar o IVA nos bens essenciais, ainda que temporariamente, seria fundamental para trazer já no imediato algum alívio às famílias.

Há uns meses, a Deco alertou os consumidores para algumas práticas ilegais a que as marcas podem recorrer nesta altura para compensar o aumento do custo de produção, como a redução do tamanho ou da quantidade das embalagens. Têm alguma indicação de que isto já esteja a acontecer?

A ‘redução’ não é ilegal, desde que a informação no rótulo esteja correta, mas muitas vezes o consumidor sente-se enganado com estas subidas de preço porque acha que estão disfarçadas. Não recebemos qualquer reclamação sobre este tema, mas aconteceu em vários países europeus, nomeadamente em Espanha.