

Crise muda o perfil do consumo dos brasileiros

Gastos com alimentos, bebidas e lazer dentro de casa cresceram mais do que os desembolsos fora do domicílio

Márcia De Chiara

A crise financeira mudou a forma de o brasileiro consumir alimentos, bebidas e gastar com lazer. Pela primeira vez desde 2004, o gasto com esses produtos e serviços consumidos dentro de casa cresceu mais que o dos mesmos itens fora do lar, revela pesquisa da LatinPanel. O instituto de pesquisas acompanha semanalmente o consumo de 8,2 mil domicílios em todo o País.

De acordo com a pesquisa, o consumo de alimentos, bebidas e lazer dentro do lar aumentou 7,8% em 2008, na comparação como o ano anterior, já descontada a inflação do período. Enquanto isso, a despesa com o consumo desses itens fora de casa foi apenas 3,6% maior no mes-

mo período.

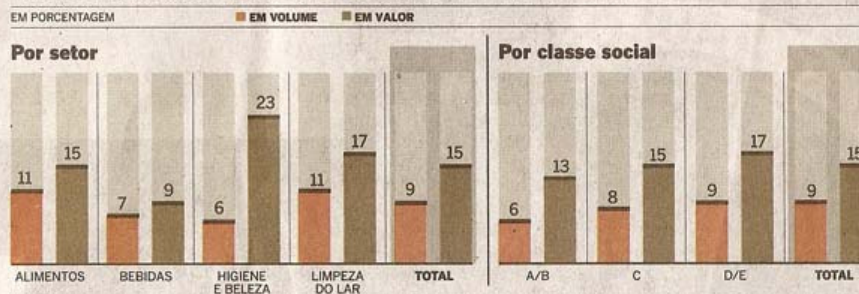
Em 2007, o gasto com esses produtos e serviços dentro do lar havia caído 5,4% ante 2006 e a despesa com alimentos, bebidas e lazer fora de casa tinha crescido 8,5%.

“Houve uma inversão. É a volta do consumo ao lar”, afirma a diretora-geral da LatinPanel Brasil, Ana Claudia Fioratti. Para ilustrar essa mudança de comportamento, ela ressaltou que o número de lares compactos de TV por assinatura, internet e banda larga cresceu 140% em 2008. Também o consumo de itens associados ao lazer doméstico, como salgadinhos e sorvetes, por exemplo, aumentou 15% e 14%, respectivamente, nos últimos 12 meses encerrados em março deste ano.

Um dado surpreendente é

CONSUMO EM ALTA

Variação na cesta de compras de bens não duráveis no 1.º trimestre 2009/2008



FONTE: LATINPANEL

INFOGRÁFICO/AE

que o Brasil ocupa a terceira posição num ranking mundial de volumes de bens não duráveis comprados pelas famílias nos últimos 12 meses até fevereiro deste ano. Nesse período, os do-

mícilios brasileiros consumiram um volume 2,8% maior de alimentos, bebidas, artigos de higiene e limpeza em relação ao período imediatamente anterior. O País só foi superado pela

Polônia (7,5%) e China (3,3%).

Segundo Ana Claudia, o volume de consumo de bens não duráveis dentro dos lares brasileiros cresceu 9% no primeiro trimestre deste ano e o desembol-

so aumentou 15% na comparação com igual período de 2008, apesar da crise. “Os bens não duráveis são os últimos a sofrer com a crise”, ressalta ela.

A pesquisa aponta que, em volume de consumo, as maiores taxas de crescimento no 1.º trimestre foram registradas nos alimentos (11%) e nos artigos de limpeza do lar (11%). Em termos de gasto, as maiores variações ocorreram nos itens de higiene e beleza (23%) e nos artigos de limpeza do lar (17%).

A diretora da LatinPanel observa que, com o aperto no crédito, houve uma migração de compras de bens duráveis para os não duráveis, especialmente os artigos de higiene e beleza. “São pequenas indulgências que o consumidor se dá” diz a especialista. ●