

Inflação tem a maior alta no mês de março desde 1994

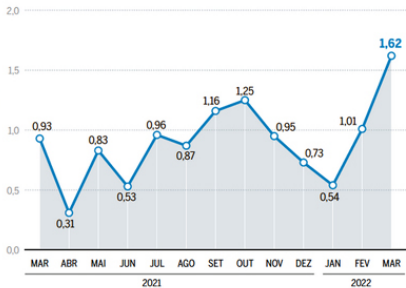
INFLAÇÃO SURREAL

ESCALADA DE PREÇOS

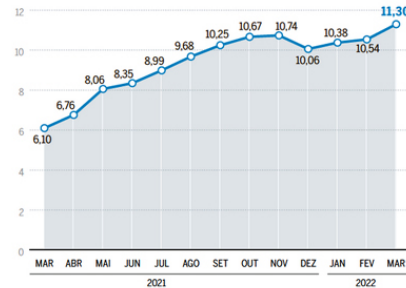
IPCA tem maior alta para março desde 1994, antes do Plano Real

O COMPORTAMENTO DO ÍNDICE

IPCA - Variação mensal, em %

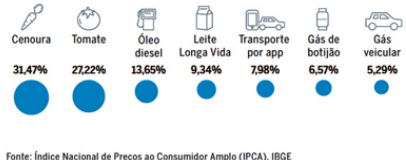


IPCA - Inflação acumulada em 12 meses, em %



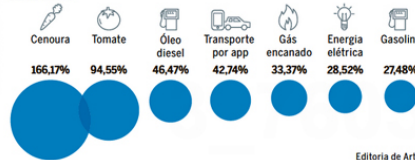
MAIORES ALTAS

No mês



Fonte: Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), IBGE

Em 12 meses



Editoria de Arte

CAROLINA NALIN

carolina.nalin@reuters.com.br

A inflação acelerou em março e chegou a 1,62%. Trata-se da maior taxa para o mês desde 1994, quando atingiu 42,75%, antes da implementação do Plano Real, que entrou em vigor em julho daquele ano. É também a maior taxa mensal registrada no país desde janeiro de 2003 (2,25%).

O resultado do IPCA, índice oficial de inflação, superou as projeções de analistas, que previam alta de 1,28%. A escalada dos preços no mês passado foi puxada por itens como gasolina, diesel e gás de cozinha, afetados pelo reajuste anunciado pela Petrobras em 11 de março. Com a pressão nos itens que compõem o orçamento do brasileiro, a in-

flação acumulada em 12 meses chegou a 11,3%, consolidando um período de sete meses seguidos com taxa em um ano nos dois dígitos.

—Foi uma alta disseminada nos preços. Vários alimentos sofreram uma pressão inflacionária. Isso aconteceu por questões específicas de cada alimento, principalmente fatores climáticos, mas também está relacionado ao custo do frete. O aumento nos preços dos combustíveis acaba refletindo em outros produtos da economia, entre eles, os alimentos — analisa Pedro Kislavov, gerente do IPCA.

PRESSÃO DE COMBUSTÍVEIS

Oito dos nove grupos pesquisados pelo IBGE tiveram alta de preço. Transportes e alimentos responderam por 72% da variação da inflação.

Bolsa cai, e dólar fecha a R\$ 4,70

> Com a alta do IPCA, a Bolsa fechou em baixa de 0,45%, aos 118.322 pontos. Na semana, o Ibovespa caiu 2,67%.

> Odollar operou em alta na primeira parte do pregão, chegando a atingir R\$ 4,73, mas perdeu fôlego ao longo do dia e encerrou os negócios a R\$ 4,70, com baixa de 0,66%, com a percepção de que o

Banco Central terá de manter o ciclo de alta de juros por mais tempo.

—A inflação afeta a economia real e os mercados. Pode ser que haja uma surpresa sobre o patamar prescrito para o fim do ciclo de alta de juros, com a finalização em patamar mais alto — diz o sócio da H3 Invest, Samuel Cunha. (Vitor da Costa)

Em Transportes, a alta foi puxada, principalmente, pelo aumento nos preços dos combustíveis, com destaque para a gasolina, que subiu 6,95%. —Houve altas nos preços do gás veicular (5,29%), do etanol (3,02%) e do óleo diesel (13,65%). Além dos combustíveis,

outros componentes ajudam a explicar a alta nesse grupo, como o transporte por aplicativo (7,98%) e o conserto de automóvel (1,47%). Nos transportes públicos, tivemos reajustes nas passagens dos ônibus urbanos em Curitiba, São Luís, Recife e Belém —

detalha Kislavov.

O grupo Habitação avançou 1,15% em razão do aumento de 6,57% do gás de botijão. A alta de 1,08% da energia elétrica também contribuiu para o resultado do grupo. No mês passado, os clientes residenciais da Light, no Rio, tiveram aumento de 15,53% na tarifa, enquanto os da Enel, que atende Niterói, Região dos Lagos e Norte Fluminense, tiveram reajuste de 17,39%.

SELIC E IPCA MAIORES

Diante desse quadro, economistas já revisam suas projeções para o IPCA de 2022 para um patamar mais próximo de 8% do que de 7%, ainda mais distante do centro da meta de inflação para este ano, de 3,5%. Além disso, esperam que o Banco Central seja obrigado a aplicar uma dose maior

de aumento dos juros para corrigir as expectativas em relação ao comportamento dos preços no próximo ano.

Fábio Romão, economista da LCA Consultores, afirma que sua projeção de inflação foi revista de 7,5% para 8% após o IPCA de março.

—Considero taxas mais altas de combustíveis e a alimentação mais pressionada. Temos perspectiva de nova alta importante para bens industriais no IPCA. Mesmo com esse alívio do [corte no] IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), isso não chegou ao consumidor. As pressões estão espalhadas — diz Romão, que prevê a inflação dos alimentos batendo dois dígitos este ano.

O banco JPMorgan vê a inflação encerrando o ano em 7,6%, ante estimativa anterior de 7,1%. Já a projeção para o IPCA em 2023 passou de 4% para 4,2%, em razão da inércia inflacionária.

Em relatório, Cassiana Fernandez e Vinicius Moreira disseram que o resultado de ontem indica “que o Banco Central continuará o ciclo de aperto além de maio, apesar da mensagem do Comitê de Política Monetária (Copom) de que a última alta aconteça na próxima reunião.”

Para os economistas, a aceleração da inflação é fator de preocupação, pois contaminaria as expectativas para 2023, o que faz com que o que se imagina ser um aumento transitório se torne algo mais duradouro, em razão dos mecanismos de indexação da economia.

“Há um risco crescente de que os mecanismos de fixação de preços e salários ampliem a inércia inflacionária”, sinalizou Alberto Ramos, diretor de Macroeconomia do Goldman Sachs para a América Latina, que defende que o cenário requer uma calibragem conservadora da política monetária.

Com estimativa de que o ciclo de alta na Selic se encerre com taxa de 14% ao ano, os economistas Solange Strouh, Lucas Vilela e Rafael Castillo, do Credit Suisse, afirmam que só não revisaram a previsão do IPCA de 7,8% para 2022 porque a surpresa com a inflação de março deverá ser compensada pela recente queda nos preços do petróleo. “A inflação no Brasil aumenta com o aumento da inflação atual”, disseram, em Vale.

Sérgio o, economista da MB Associados, vê mais chance de o BC elevar a Selic para 13,5% ao ano, ante estimativa anterior de 13%. —Essa inflação está muito preocupante e deve chegar a 12% no acumulado em 12 meses até abril. Para chegar ao fim do ano com inflação de 7,8%, como projetamos, é preciso ter uma média extramente baixa de maio até o fim do ano.

Cenoura e tomate têm salto de 100% ao longo de um ano

Em abril, IPCA terá alívio temporário com fim da bandeira de Escassez Hídrica

Em março, a escalada de preços foi influenciada pelo aumento dos combustíveis. Mas outros produtos também passaram a pesar mais no orçamento do brasileiro, como os alimentos. Cenoura e tomate dobraram de preço em um ano. O primei-

ro acumulou alta de 166% em 12 meses, e o segundo, de 95%. O café acumula alta de 65%, e o açúcar, de 40%. Somente em março, a cenoura ficou 31,47% mais cara. O tomate subiu 27,22%.

Mês passado, tiveram aumento os preços do leite longa

vida (9,34%), do óleo de soja (8,99%), das frutas (6,39%) e do pão francês (2,97%).

Economistas esperam que a inflação acumulada em 12 meses atinja um pico no mês de abril e depois comece a arrefecer. No mês que vem, haverá alívio no índice

com a decisão do governo de acabar com a bandeira de Escassez Hídrica nas contas de luz a partir do dia 16.

Ainda assim, analistas afirmam que o efeito é temporário e não afeta a trajetória para o IPCA no ano. Caso o desempenho siga como previsto, será o segundo ano seguido que o Banco Central não conseguirá cumprir a meta de inflação, de 3,5% ao ano, com margem de 1,5 ponto percentual.

RECORDE GLOBAL

O aumento de preços de alimentos não ocorre apenas no Brasil. De acordo com o

índice das Nações Unidas que acompanha os custos no mundo, os produtos tiveram disparada de preços de 13% em março e alcançaram patamar recorde.

Desde meados de 2020, a alta já chega a 75%, superando os níveis recorde alcançados em 2008 e 2011, quando o mundo sofreu uma crise alimentar, segundo a FAO, agência da ONU para a Alimentação e Agricultura. Já são sete trimestres seguidos de alta de preços de alimentos.

A guerra na Ucrânia complicou um cenário que já era ruim para os preços de ali-

mentos. Portos no Mar Negro estão fechados, a produção de grãos da Ucrânia — um dos grandes exportadores mundiais de trigo e de óleo de girassol — deve ser drasticamente reduzida, e a disparada nos preços de combustíveis e fertilizantes, devido às sanções aplicadas à Rússia, pressiona os custos alimentares.

Os custos crescentes estão estimulando alguns países a adiarem importações, buscar novos fornecedores ou reduzir os estoques locais, embora isso não seja uma solução a longo prazo, disse Erin Collier, economista da FAO.

Estratégias para não deixar o carrinho vazio ganham espaço

Consumidores recorrem a compras em atacarejo, à caça de promoções e a apps que oferecem descontos em mercados

LETÍCIA LOPES E TAÍS CODECO*
economa@globo.com.br

Com os preços dos alimentos nas alturas, consumidores estão recorrendo a estratégias para manter as compras no carrinho. Pesquisa assídua de preços, acompanhamento dos dias de promoções de cada produto, compras em atacarejos, aplicativos e programas de fidelidade nos supermercados passaram a fazer parte da rotina de quem convive com uma inflação acumulada em 12 meses acima de 10% há sete meses. Com a renda comprimida, comportamentos como a caça de descontos e a estocagem de alimentos ganham espaço para fechar as contas no fim do mês.

A cada 45 dias, o militar Rodrigo Soares, de 41 anos, faz compras em atacadões. Ele faz uma espécie de mutirão de compras, com produtos para sua própria casa, a da namora-

da e da mãe. Para produtos como pães, legumes, verduras e frutas, ele acaba recorrendo ao mercado do bairro, mas procura economizar em produtos de limpeza, bebidas, itens de higiene pessoal e alimentos não perecíveis, comprados em maior quantidade.

— Aquilo que conseguimos estocar, compramos juntos no atacado porque acaba saindo mais em conta. Alguns produtos têm descontos, como levar cinco unidades e pagar por três. Vale a pena — afirma.

Pensados inicialmente para atender pequenos comerciantes ou empreendedores, os mercados de atacado, ou atacarejos, oferecem preços mais vantajosos nas compras em quantidade e recebem cada vez mais clientes comuns:

— A quantidade de clientes “pessoa física” cresceu nos últimos anos e se intensificou no período da pandemia da Covid-19. Esse movimento



Mutirão. A cada 45 dias, Rodrigo Soares faz compras em atacarejo para abastecer a própria despensa, a da namorada e a da mãe dele: estoque para economizar

está atrelado a duas razões principais: o preço oferecido pelo modelo de negócios, que trabalha com valores até 15% menores do que o varejo tradicional, e a transformação do formato do atacarejo, que tem evoluído para oferecer uma experiência de compra cada vez mais abrangente — avalia Moacir Sbardelotto, diretor regional do Assai Ataca-



“Não consigo entrar no mercado hoje e gastar menos de R\$ 100, mesmo que precise comprar apenas coisas básicas”

Roberto Duarte, empresário

disto, rede que inaugurou seis lojas na Região Metropolitana do Rio no ano passado e pretende abrir outras cinco em 2022, como parte da compra do Extra Hiper.

O casal de vendedores Adriana Sampaio, de 40 anos, e Leonardo Cunha, de 32 anos, deixou de comprar no varejo tradicional no início da pandemia. Para alimentar os três filhos, os dois recorrem aos atacadistas, que consideram vantajosos mesmo com as altas no preço dos alimentos.

— Laticínios, carnes e produtos de limpeza são os itens que mais valem a pena na nossa realidade. Deixamos de fazer aquela grande compra de mês, vamos ao mercado toda semana e gastamos

uma média de R\$ 600. No início, sentimos uma diferença de 20% a 30%, em comparação a outros mercados. Agora, a diferença é de uns 10%, mas ainda vale a pena — diz Leonardo.

ROTINA DE TROCA NO MENU

Junto com a já tradicional pesquisa de preços, comparando anúncios e encartes, outra ferramenta se tornou uma aliada importante na hora das compras: os aplicativos e programas de descontos nos supermercados. No Rio, grandes redes como Prezunic, Mundial e Mercado Extra, oferecem preços mais vantajosos para clientes cadastrados.

Casado e pai de duas filhas, o empresário Roberto Duarte, de 33 anos, sente o impacto

no poder de compra principalmente nos itens de alimentação. Além das substituições cada vez mais constantes no cardápio da família, como a troca da carne vermelha pelo frango, a forma de ir ao mercado também mudou.

— Priorizo os supermercados que oferecem descontos nos aplicativos e fico comparando se as ofertas valem a pena em relação às dos outros. Ainda que a diferença seja de centavos, às vezes, no fim faz toda a diferença no orçamento. Não consigo entrar no mercado hoje e gastar menos de R\$ 100, mesmo que precise comprar apenas coisas básicas que faltam naquele momento. É muito triste — desabafa. (*Estagiária, sob supervisão de Danielle Nogueira)

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal O Globo - Rio de Janeiro/RJ