

Inflação de itens de higiene pessoal faz brasileiro economizar na hora do banho

Da Redação

O aumento da inflação tem levado os brasileiros de menor renda a ter de fazer escolhas não apenas ao comprar alimentos, mas também na hora de usar produtos básicos de higiene pessoal, como sabonete e xampu. No segundo trimestre deste ano, aumentou em 9% o número de banhos sem uso de sabonete entre os que tomam o segundo banho diário, comparado ao mesmo trimestre de 2018.

Os dados foram revelados por um estudo nacional sobre hábitos de higiene e consumo feito pela consultoria Kantar. Por meio de um aplicativo, a consultoria monitora diariamente o comportamento de 4 mil pessoas. Os hábitos de higiene desse grupo representam um universo de 115 milhões de brasileiros, pouco mais da metade da população do País. Hoje, quase 70% da população toma dois banhos diariamente.

“Não é que os brasileiros estejam abandonando o sabonete, mas um em cada cinco banhos é apenas com água, e essas ocasiões são feitas por cerca de 31% da população”, afirma Jenifer F. Novaes, executiva sênior da consultoria e responsável pela pesquisa.

O acompanhamento desse quesito, iniciado no segundo trimestre de 2018, mostra que, desde 2019, as ocasiões de banho sem sabonete têm crescido. O pico foi atingido no segundo trimestre de 2021, com um avanço de 28% ante o mesmo período de 2018. “A situação vinha se complicando antes da pandemia, piorou no auge da pandemia e agora perdeu fôlego. Mas ainda se mantém em um patamar elevado em relação a 2018?”, ressalta Jenifer.

Desde o último trimestre do ano passado até o segundo trimestre deste ano, a trajetória da quantidade de banhos sem o uso de sabonete é ascendente e aumentou 3,9%, aponta pesquisa.

O crescimento de banhos só com água ocorreu apenas entre os brasileiros das classes D e E, segmento no qual a renda média individual é de R\$ 791,63, equivalente a 65% do salário mínimo. A região Sudeste foi a principal alavanca desse crescimento, onde estão 54% dos indivíduos com essa rotina. Destes, mais da metade (53%) é mulher, a maioria mães que trabalham em tempo integral e são responsáveis pelo sustento da casa.

“O aumento da inflação e o agravamento do cenário econômico levaram o consumidor a ter de fazer escolhas, seja cortando produtos, seja racionalizando o uso para que durem mais”, afirma Rafael Couto, diretor de soluções avançadas da consultoria.

Esse é o caso de Ulisses dos Santos, de 38 anos, educador infantil. “Os produtos de higiene pessoal subiram demais, principalmente o aparelho de barbear, o desodorante e o sabonete. Nem me fale”, observa.

Santos não chegou a cortar o sabonete, mas está racionalizando o uso nos dois banhos diários. A forma encontrada para gastar menos o produto foi mudar o jeito de tomar banho. Hoje, primeiro ele se molha, depois fecha a torneira do chuveiro, ensaboa o corpo. Só depois dessas etapas ele volta para debaixo do chuveiro. “Desse jeito economizo muito: 50% no sabonete e também gasto menos água e energia”, conta.

Os preços do trio – sabonete, água e energia elétrica – também pressionam o orçamento da maquiadora Nayalla Mendes de Carvalho, de 35 anos. Mas ela tem mantido a rotina de dois banhos diários e ambos com sabonete. Nayalla frisa que o banho mais rápido hoje é por conta do gasto com a eletricidade e a água. Apesar de ter constatado a alta do preço do sabonete, diz que “está pagando o que tem de pagar”. “Estou economizando é no xampu”, conta a maquiadora.

Nos últimos meses, Nayalla observou uma alta de 24% no preço do xampu que costuma usar. Neste caso, acha arriscado trocar de marca. Por isso, a saída para economizar foi reduzir a frequência de uso do produto. “Lavava o cabelo quatro vezes na semana e agora são duas. O resto a gente disfarça e usa cabelo preso.”

Bernardo Remus, de 29 anos, diretor de arte, é outro que optou por reduzir a frequência de uso e a quantidade utilizada a cada vez do creme para pentear o cabelo. Nos últimos meses, o creme para cabelo cacheado subiu 33%. “Agora o preço do frasco está chegando a R\$ 40?”, observa.

Para driblar a alta de preços, Remus, Nayalla e muitos consumidores têm optado pela compra de embalagens econômicas de produtos para cabelo. Esse

movimento fica nítido nos resultados do estudo. No segundo trimestre deste ano, o consumo de produtos para cabelo em embalagens de 400 mililitros (ml) a 599 ml cresceu 6,8% em unidades ante o primeiro trimestre de 2022.

Frascos com mais de 600 ml registraram um acréscimo de 4,1%, na mesma base de comparação. Juntas, essas embalagens maiores responderam por 31% do mercado, com avanço de 2 pontos percentuais entre os dois períodos. Em contrapartida, o consumo de embalagens com até 399 ml ficou estável no segundo trimestre deste ano ante o primeiro.

Apesar de a comida estar no foco das pressões inflacionárias, os preços dos produtos de higiene pessoal registram altas equivalentes aos dos alimentos. Em 12 meses até agosto, o preço do sabonete subiu 27,97%, enquanto alta do óleo de soja foi de 27,52%, segundo dados do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA)-15, a prévia da inflação oficial do País.

Neste ano, até agosto, o reajuste do sabonete (20,95%) superou o do óleo de soja (19,76%), de acordo com o IPCA-15. No mesmo período, a inflação dos produtos de higiene pessoal (11,85%) e da alimentação no domicílio (12,79%) foram praticamente equivalentes e mais que o dobro do IPCA-15 geral (5,02%).

A Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec) diz, por meio de nota, que encerrou o ano passado com inflação setorial de 3,1%, 7 pontos percentuais abaixo do IPCA. De acordo com a nota, “nesse período (2021), não havia espaço para repassar preço, pois o consumidor seguia com sua despesa mensal crescente e comprometida. A atual situação (2022) é diferente, há um certo respiro da renda com a deflação em alguns itens”.

Em 12 meses até julho, a entidade ressalta que o IPCA acumulou alta de 10,1%, enquanto a inflação dos cuidados pessoais foi de 8,5%. “Esse resultado da inflação do setor nos últimos 12 meses foi fortemente impactado pela inflação de sabonetes (27,2%); produtos para pele (16,9%), produtos para cabelo (12,4%) e produtos para higiene bucal (11,8%). No ano passado, os fabricantes fizeram muito esforço para não repassar aumento de preços. Tal movimento tem um limite, e 2022 vem sendo o ano de, aos poucos, operacionalizar a recomposição de margens em prol da sustentabilidade financeira dos negócios”, diz a nota

Segundo a entidade, as razões para os aumentos desses produtos estão relacionadas à alta de preços de insumos, principalmente os importados, que passaram por momentos de escassez no mercado. Como exemplo, a Abihpec cita o sebo animal, que teve redução de oferta para produção de itens de higiene e beleza por causa do maior interesse em abastecer o mercado de biodiesel.

<https://www.reporterdiario.com.br/noticia/3150113/inflacao-de-itens-de-higiene-pessoal-faz-brasileiro-economizar-na-hora-do-banho/>

Veículo: Online -> Site -> Site Repórter Diário - Santo André/SP

Seção: Economia