

Quatro em cada dez consumidores classificam sua vida financeira como ruim, mostra indicador de confiança do SPC Brasil e CNDL

Orçamento apertado, desemprego e atraso no pagamento de contas são os principais motivos. 47% afirmam ter pelo menos um desempregado em casa. Apesar de avaliarem a situação atual como ruim, consumidores demonstram confiança com a vida financeira no futuro

A queda da atividade econômica e o alto índice de desemprego influenciam diretamente na vida e confiança dos brasileiros, de acordo com o Indicador de Confiança do Consumidor (ICC) medido pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil e pela Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas (CNDL). O cálculo mensal é baseado em avaliações do consumidor acerca da economia e da própria vida financeira, quanto ao momento atual e expectativas para os próximos seis meses. Numa escala de zero a 100 foram registrados **41,4 pontos em fevereiro de 2017**, índice abaixo do nível neutro de 50 pontos, refletindo a má avaliação da economia. O resultado é pouco diferente dos 41,9 pontos registrados em janeiro.

O subindicador de Percepção do Cenário Atual, que compõe o Indicador de Confiança, registrou 29,7 pontos em fevereiro de 2017, sendo que a avaliação da vida financeira ficou em 39,8 pontos. Já a avaliação da situação econômica atual registrou 19,5 pontos. Em termos percentuais, **quatro em cada dez consumidores (42%) classificam a própria vida financeira como ruim ou muito ruim**. Os que a consideram regular somaram 41%, enquanto 15% a consideram boa ou muito boa. Os principais motivos para a avaliação negativa são orçamento apertado e dificuldades para pagar as contas (33%), desemprego (31%) e atraso no pagamento de dívidas (15%).

Com relação à economia, **82% dos entrevistados acreditam que a situação está ruim ou muito ruim**, contra somente 3% que consideram a situação boa ou muito boa. Para 14%, o quadro econômico atual é regular. Entre os que fazem uma avaliação negativa, a maioria relativa (49%) atribui este resultado à corrupção e ao mau uso dos recursos públicos. Outros 27% creditam ao alto desemprego e 15% disseram que os preços dos produtos aumentaram. "A percepção quase unânime de que a economia vai mal é reflexo de dois anos seguidos de recessão econômica", afirma a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti. "Mesmo quem não foi atingido diretamente pela crise tem

conhecimento das más notícias do cenário econômico e é por isso que a percepção de deterioração da economia é mais acentuada do que a da vida financeira”, explica.

Indicador de Expectativas mostra leve otimismo; entre os otimistas com a própria vida financeira, maioria tem esperança de conseguir novo emprego, apesar da crise

Apesar de o momento atual estar sendo visto com desconfiança, o subindicador de expectativas registrou 53,1 pontos em fevereiro, pouco menor dos 54,2 pontos registrados em janeiro. O que contribuiu com o dado levemente acima do nível neutro foram as perspectivas sobre a própria vida financeira, que marcaram 61,9 pontos. Quando se trata da economia em geral, o indicador marcou 44,3 pontos, mostrando que os consumidores estão um pouco pessimistas.

A maioria relativa (39%) diz não estar nem otimista nem pessimista com o futuro da economia. Os pessimistas são 37% e os otimistas 21%. Entre os que estão pessimistas, o principal motivo apontado é a corrupção, incompetência dos governantes e impunidade dos políticos (49%), seguido daqueles que acreditam que o desemprego segue aumentando (25%) e os que imaginam que a inflação não será controlada e continuará subindo (8%).

Entre os otimistas, a maior parte (40%) não sabe o porquê confiar que a economia vai melhorar, 21% acreditam que a pior parte já passou e 11% concordam com as medidas econômicas que estão sendo adotadas.

Com relação às expectativas para a própria vida financeira, a maioria absoluta (56%) está otimista. Outros 26% não estão nem pessimistas nem otimistas e 14% estão pessimistas quando se trata do futuro. Entre os otimistas, o principal motivo é acreditar em arrumar novo emprego ou receber uma promoção (31%), seguido daqueles que não sabem explicar a razão do otimismo (29%), 12% que apostam em uma melhora da economia e 10% que garantem estar fazendo boa gestão das finanças pessoais.

Já entre os pessimistas, os principais motivos apontados são: descrença na melhora da economia (27%), situação financeira atual estar muito ruim (20%), preço das coisas continua aumentando (19%) e medo do desemprego (11%).

Custo de vida é o que mais pesa na vida da maioria; 47% afirmam ter pelo menos um desempregado em casa

O indicador também revelou que o mau momento da economia reflete-se de várias maneiras na vida dos brasileiros. O que mais tem pesado, no entanto, é o custo de vida, mencionado por 53% dos entrevistados -- isso ocorre devido ao

recuo da inflação nos últimos meses. O desemprego, que atinge quase 13 milhões de pessoas – segundo dados do IBGE –, foi mencionado por 21% dos entrevistados, o endividamento por 11% e a queda da renda por 10%. Somente 4% disseram que nada pesa no orçamento familiar. Ainda de acordo com o indicador, **47% dos entrevistados afirmam ter pelo menos um desempregado em casa**, sendo que 21% moram com pelo menos duas pessoas nessa condição.

“O desemprego é um dos efeitos sociais mais sensíveis da crise econômica. Impacta diretamente na confiança dos consumidores e, portanto, no consumo”, avalia Marcela Kawauti.

Na opinião dos entrevistados, o que contribui para o alto custo de vida é principalmente o aumento nos preços do supermercado (64%), aumento na conta de luz (58%) e na telefonia 38%.

Metodologia

Foram entrevistados 801 consumidores, a respeito de quatro questões principais: 1) a avaliação dos consumidores sobre o momento atual da economia; 2) a avaliação sobre a própria vida financeira; 3) a percepção sobre o futuro da economia e 4) a percepção sobre o futuro da própria vida financeira. O Indicador e suas aberturas mostram que há confiança quando os pontos estiverem acima do nível neutro de 50 pontos. Quando o indicador vier abaixo de 50, indica falta de confiança.

Baixe a análise do Indicador de Confiança do Consumidor no link:

<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/indices-economicos>

Imprensa

Renan Miret
(11) 3254 8810 | (11) 9 9136 3355
renan.miret@inpresspni.com.br

Felipe Covanzi
(11) 3251 2035 | 9 98163 5126
felipe.covanzi@inpresspni.com.br

Natalia Lima



(61) 3213 2006 | (61) 9 8139 8092

natalia.lima@inpresspni.com.br