

Economia brasileira ainda vai mal para 81% dos consumidores, mostra indicador do SPC Brasil e da CNDL

Indicador de Confiança do Consumidor marca 42,3 pontos em março, abaixo do nível neutro. Para 49%, o custo de vida é o que mais tem pesado sobre as próprias finanças. Mesmo com a crise, 61% têm boas expectativas com a vida financeira

Com a demora para o país dar sinais mais consistentes de recuperação da crise, a maioria dos brasileiros têm uma percepção negativa a respeito do atual momento da economia. Segundo dados levantados pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), **apenas 2% dos consumidores consideram que a economia brasileira está em boas condições**, contra 81% que consideram ruim ou muito ruim o atual quadro econômico nacional. Outros 16% avaliam a situação como regular.

Entre os entrevistados que têm percepção negativa a respeito do andamento da economia, mais da metade (53%) identifica a corrupção e o mau uso do dinheiro público como a principal causa do descontentamento. Outros 36% citam alguns dos efeitos colaterais da crise, como o desemprego (26%) e a inflação (9%).

Quando perguntados sobre a própria vida financeira, o percentual de consumidores pessimistas diminui: 46% avaliam a situação como regular e 40% traçam um diagnóstico negativo. Ainda assim, os otimistas somam apenas 14% da amostra. Considerando os consumidores que avaliam mal a vida financeira, a principal justificativa é o desemprego, citado por um terço (33%) desses entrevistados. A dificuldade para conseguir pagar as contas (28%) e a queda na renda familiar (14%) ocupam o segundo e o terceiro lugar entre as razões mais citadas. Ainda completam o ranking, a dificuldade de honrar compromissos financeiros atrasados (9%) e a perda de controle no orçamento doméstico (7%). O levantamento revela também que 8% dos consumidores consideram alto o risco de serem demitidos. Para 21%, o risco é médio e para 34%, a possibilidade é baixa.

“O momento econômico difícil pelo qual o país atravessa influencia negativamente a vida financeira do brasileiro, obrigando que essas pessoas façam cortes no orçamento, passando a consumir menos do que antes ou

enfrentando dificuldades para honrar compromissos em dia”, explica a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

Indicador de Confiança segue em baixo patamar

Reflexo das dificuldades impostas pela recessão, o **Indicador de Confiança do Consumidor** mensurado pelo SPC Brasil e pela CNDL apresentou, novamente, um resultado modesto, ficando em **42,3 pontos** no último mês de março, frente os 41,3 pontos observados em fevereiro. Apesar da pequena variação positiva, o indicador segue abaixo do nível neutro de 50 pontos, o que demonstra que a maior parte dos brasileiros está pessimista com as condições econômicas do país e com a situação financeira pessoal.

O Indicador de Confiança é composto pelo **Subindicador de Expectativas**, que passou de 53,1 para **54,5 pontos** e pelo **Subindicador de Condições Atuais**, que registrou **30,1 pontos** em março ante 29,7 pontos em fevereiro último.

Mesmo com a crise, 61% estão otimistas com o futuro das finanças pessoais

Em termos percentuais, apenas **27% dos consumidores brasileiros se dizem otimistas com o futuro da economia** do país contra 36% de entrevistados que se declaram pessimistas. A maior parte (47%) dos otimistas, contudo, não sabe apontar as razões desse sentimento. Entre os pessimistas, mais da metade (54%) cita a corrupção, a incompetência e a impunidade como a principal razão de desalento. Outros 20% mencionam o aumento do desemprego como influência negativa.

Quando a análise de detém ao próprio orçamento, o percentual apresenta índices mais expressivos: **61% dos entrevistados** estão de algum modo otimistas com o futuro de sua vida financeira, contra apenas 14% de pessimistas. Entre os otimistas, novamente, a maior parte (32%) não sabe dizer por que estão confiantes. Para 27%, o otimismo é explicado pela esperança que nutrem em conseguir um novo emprego ou uma promoção profissional.

Para o presidente do SPC Brasil, Roque Pellizzaro Junior, o reestabelecimento da confiança do consumidor depende de uma série de eventos políticos e econômicos que estão em curso. “O risco de novas instabilidades no campo político pode afetar o humor do brasileiro. Por outro lado, no campo econômico, alguns indicadores já dão sinais de uma tímida interrupção de longos meses de

recessão. Se confirmadas as expectativas de que a pior fase da crise foi superada, isso poderá devolver algum ânimo aos consumidores e empresários”, explica Pellizzaro Junior.

Aumento do custo de vida é o vilão do orçamento

O levantamento ainda revela que **quase a metade dos consumidores (49%)** aponta o elevado custo de vida como o fator que mais tem pesado na vida financeira familiar. “Apesar de a inflação ter recentemente recuado para níveis abaixo da meta oficial, no auge da crise, o descontrole dos preços coincidiu com o avanço do desemprego, tornando ainda mais difícil a manutenção do padrão de consumo”, explica a economista Marcela Kawauti.

Se na opinião dos consumidores o custo de vida incomoda, é nos supermercados onde eles mais percebem o aumento dos preços: 66% notaram que os preços aumentaram nesses locais. Para 61%, também aumentou o preço da energia elétrica. Nas tarifas de telefone (38%), preço de roupas (38%) e de itens de bares e restaurante (32%), essa percepção foi menos acentuada.

O desemprego também se destaca entre os fatores que mais pesam na vida financeira familiar sendo mencionado por 21% da amostra. Aparecem em seguida a queda da renda (12%) e o endividamento (11%).

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>

Informações à Imprensa

Vinicius Bruno
(11) 3251 2035 | 9 7142 0742
vinicius.bruno@spcbrasil.org.br

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

Cinara Lopes
(61) 3213 2006 | (61) 9 8154 9557
cinara.lopes@inpresspni.com.br