

Confiança dos consumidores tem queda de 4% e recua para 40,5 pontos em abril, mostra indicador do SPC Brasil e CNDL

Orçamento apertado, desemprego e baixo poder de compra são os principais motivos. Momento atual é visto como ruim, mas consumidores esperam cenário melhor nos próximos seis meses

Em abril de 2017, o **Indicador de Confiança do Consumidor (ICC)**, apurado pelo SPC Brasil e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), registrou 40,5 pontos, abaixo do observado no mês anterior (42,3). Em termos percentuais, o recuo foi de 4,1% e reflete quedas tanto da avaliação do momento atual como das expectativas para o futuro.

“Na passagem de março para abril, o consumidor percebeu um noticiário político bastante negativo, o que reforçou o receio de novas instabilidades. No cenário econômico, o desemprego, seguiu crescendo, contribuindo para o resultado de abril”, explica o presidente da CNDL, Honório Pinheiro. “A combinação do risco de novas instabilidades políticas e a atividade econômica ainda fraca explicam a dificuldade de a confiança se estabelecer num nível satisfatório”, afirma.

Percepção do cenário atual: economia está ruim para 82% dos consumidores

O subindicador de Percepção do Cenário Atual registrou 28,9 pontos em abril de 2017, também abaixo do verificado em março (30,1). Em termos percentuais, a queda foi de 3,7%. “Apesar de a economia emitir sinais de recuperação, o cenário ainda é difícil para o consumidor. O desemprego segue em alta, a queda da taxa Selic ainda não repercute nas taxas de juros do mercado e a inflação, por mais que tenha desacelerado, não se traduz em ganho do poder de compra”, analisa a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

O subindicador é composto pela avaliação do consumidor em dois pontos: a economia do Brasil e a sua própria situação financeira. Com relação à economia, a avaliação pontuou 18,3 pontos. Cerca de 82% dos entrevistados acreditam que a situação está ruim ou muito ruim, contra somente 1% que consideram a situação boa ou muito boa. Para 16%, o quadro econômico atual é regular. Entre os que fazem uma avaliação negativa, a maioria relativa (53%) atribui este

resultado à corrupção e ao mau uso dos recursos públicos. Outros 20% creditam ao alto desemprego e 15% disseram que os preços dos produtos aumentaram.

Considerando a avaliação da situação financeira atual, foram registrados 39,6 pontos. Em termos percentuais, quatro em cada dez consumidores (41%) classificam a própria vida financeira como ruim ou muito ruim. Os que a consideram regular somaram 46%, enquanto 12% a consideram boa ou muito boa. Os principais motivos para a avaliação negativa são orçamento apertado e dificuldades para pagar as contas (32%), desemprego (27%), redução da renda (16%) e atraso no pagamento de dívidas (11%).

Momento atual é visto como ruim, mas consumidores esperam cenário melhor nos próximos seis meses

Apesar do momento atual ainda estar longe de ser positivo, a visão dos consumidores para os próximos seis meses é melhor: o subindicador de Expectativas registrou **52,1 pontos** em abril. O resultado ficou um pouco acima do nível neutro, ou seja, para maioria as expectativas são boas quando se considera a vida financeira e a economia conjuntamente. É preciso destacar, porém, que há diferença entre o que se espera para o futuro de sua vida financeira e o que se espera para o futuro da economia.

No caso da economia, o indicador atingiu 41,6 pontos. A maioria relativa (39%) diz estar pessimista com o futuro da economia. Os otimistas são 17% e os neutros somam 36%. Entre os que estão pessimistas, o principal motivo apontado é a corrupção e impunidade dos políticos (31%), a incompetência dos governantes (25%), seguido daqueles que acreditam que o desemprego segue aumentando (12%) e os que discordam das medidas econômicas que estão sendo adotadas (10%).

Entre os otimistas, a maior parte (48%) não sabe o porquê confia que a economia vai melhorar, 14% 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, o subindicador atingiu 62,7 pontos. A grande maioria (57%) está otimista. Outros 24% não estão nem pessimistas nem otimistas. Entre os otimistas, o principal motivo é acreditar em arrumar novo emprego ou receber uma promoção (28%), seguido daqueles que não sabem explicar a razão do otimismo (27%), 14% que apostam em uma melhora da economia e 13% que garantem estar fazendo boa gestão das finanças pessoais.

Já entre os pessimistas, os principais motivos apontados são: descrença na melhora da economia (32%), preço das coisas continua aumentando (23%), situação financeira atual estar muito ruim (10%), e medo do desemprego (9%).

Supermercados são os locais onde os consumidores mais perceberam aumento de preços

O ICC também mostra que, para mais da metade dos consumidores (54%), o que mais tem pesado na vida financeira familiar é o custo de vida. Além do avanço dos preços, 16% dos consumidores citam o desemprego como fator que pesa sobre a vida financeira familiar. Os consumidores citam também o endividamento (14%), a queda dos rendimentos mensais (10%).

É nos supermercados que os consumidores mais percebem o aumento dos preços: 78% notaram que os preços aumentaram nesses locais. Para 72%, também aumentou o preço da energia elétrica e para 55% aumentaram as contas de telefone.

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

Vinicius Bruno

(11) 3251 2035 | (11) 9 7142 0742

vinicius.bruno@spcbrasil.org.br

Cinara Lopes

(61) 3213 2006 | (61) 9 8154 9557

cinara.lopes@inpresspni.com.br