

Indicador de Confiança do Consumidor

Maio 2017

Sistema CNDL

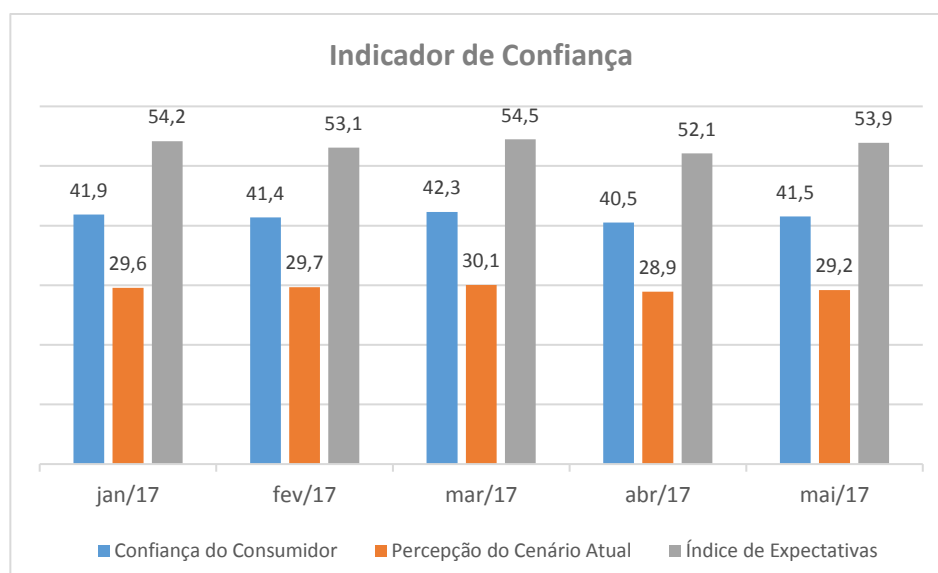


Indicador de Confiança do Consumidor marca 41,5 pontos em maio

Em maio de 2017, o Indicador de Confiança do Consumidor, apurado pelo SPC Brasil e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), registrou 41,5 pontos. O resultado coincide com o valor médio do indicador desde o início deste ano, quando começou a ser mensurado. Pela metodologia, por estar abaixo dos 50,0 pontos, o número mostra que consumidores se mantêm pessimistas quando consideram o momento atual e as expectativas para o futuro tanto da economia quanto da própria vida financeira. Inversamente, quando acima dos 50 pontos, o Indicador mostra os consumidores otimistas. É importante observar, porém, que a abertura do indicador revela peculiaridades em cada uma dessas dimensões.

A comparação entre a avaliação da vida financeira e da economia mostra que, na média, a avaliação da situação do consumidor é menos dramática que a da situação do país como um todo. Já a comparação entre a avaliação do presente e a expectativa para futuro mostra que, apesar de grande parte dos consumidores considerarem o presente ruim, boa parte mantém algum otimismo para o futuro.

Se a realidade fará jus às perspectivas dos consumidores é algo difícil de prever. A sondagem de maio ainda não capta os efeitos do novo capítulo da crise política, cujo desfecho ainda é incerto, mas, como se verá, indica que a percepção que o consumidor tem do ambiente de negócios é altamente sensível ao tema da corrupção.

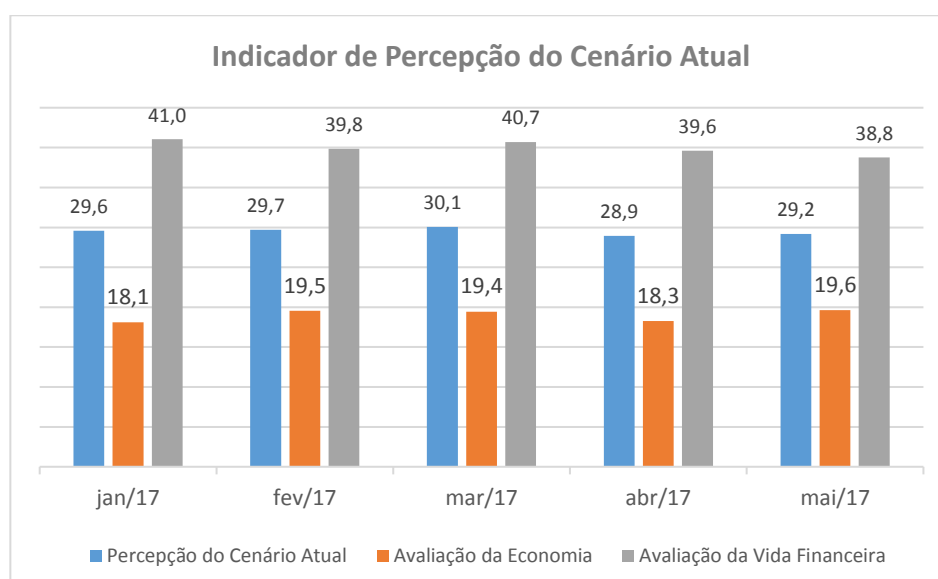


Indicador de Percepção do Cenário Atual

82% dos consumidores enxergam as atuais condições econômicas ruins ou muito ruins. Corrupção e o mau uso do dinheiro público são os principais motivos

O Indicador de Percepção do Cenário Atual registrou 29,2 pontos em maio de 2017. O resultado ficou praticamente estável na comparação com o número do mês anterior, quando marcara 28,9 pontos, permanecendo, assim, razoavelmente distante do nível neutro, de 50 pontos. Isso mostra, a despeito de melhoras pontuais de alguns indicadores econômicos, que a situação econômica e pessoal, do ponto de vista dos consumidores, ainda não foi impactada – o desemprego e os juros permanecem altos e a queda da inflação ainda não se traduz em ganho do poder de compra.

No quesito da economia, a avaliação da situação atual marcou 19,6 pontos. Já no quesito das finanças, pontuou 38,8. Em suma, o momento atual é ruim para a economia e isso afeta a vida financeira dos consumidores. Porém, a percepção de deterioração da economia é mais acentuada do que na vida pessoal.



Em termos percentuais, 82,3% enxergam que as **condições econômicas** são ruins ou muito ruins atualmente, ante apenas 1,8% que as consideram boas ou muito boas. Para 15,5%, o quadro econômico atual é regular. Entre aqueles que avaliam mal o desempenho da economia, quase metade (48,2%) acreditam que o motivo é a corrupção e o mau uso dos recursos públicos. Há também 40,4% que apontam os sintomas da crise: 27,5% mencionam que o desemprego está alto e 12,9% dizem que os preços em geral subiram. O destaque dado à corrupção é explicado pela apuração, ao longo dos últimos anos, de esquemas de desvio de recursos públicos. A menção ao desemprego e aos preços reflete o cenário econômico recente, que combinou queda da atividade e avanço da inflação, que só nos últimos meses desacelerou.

POR QUE AVALIA MAL A ECONOMIA

Corrupção, mau uso dos recursos públicos	48,2%
O desemprego está alto	27,5%
Os preços de produtos e serviços em geral aumentaram	12,9%
As taxas de juros estão altas	4,6%
Outros	5,9%

Quando respondem sobre a **própria vida financeira** no momento atual, 44,5% dizem considerá-la ruim, enquanto 12,5% consideram boa e 42,3% consideram regular. Entre os que avaliam mal a vida financeira, as dificuldades com o pagamento de dívidas e o desemprego foram os principais motivos para o pessimismo. De acordo com a sondagem, 39,4% atribuem sua avaliação ao fato de estarem com dificuldades para pagar as contas ou mesmo está com dívidas em atraso e 35,7% atribuem ao fato de estarem desempregados. Também pesa na opinião desses consumidores a queda da renda familiar (12,9%) e a perda do controle financeiro (4,2%).

POR QUE AVALIA MAL A SUA VIDA FINANCEIRA

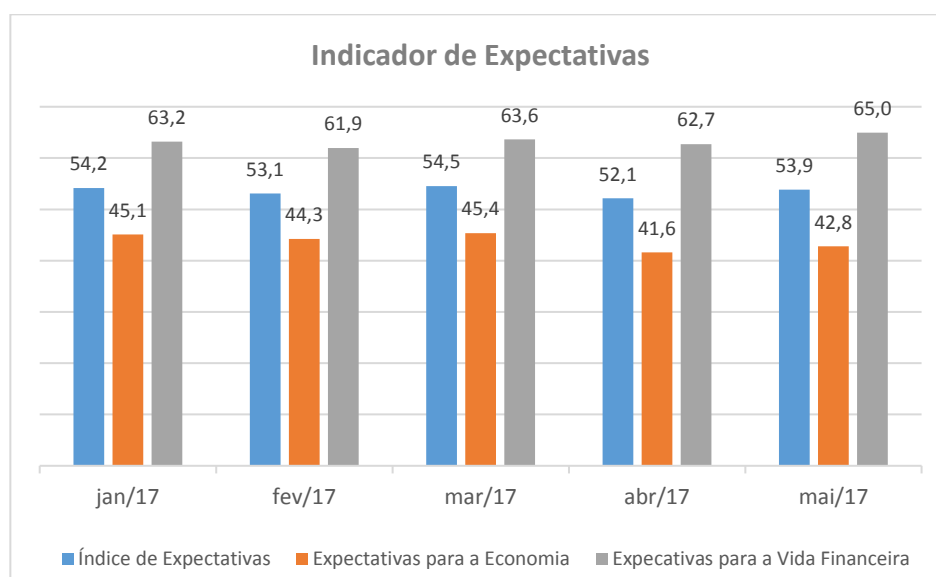
Estou desempregado	35,7%
Estou com dificuldades de pagar as contas, orçamento apertado	30,1%
A renda familiar diminuiu e tive que reduzir o consumo	12,9%
Estou com pagamento de dívidas em atraso	9,3%
Perdi o controle financeiro / gastei muito mais do que podia	4,2%
Outros	7,8%

Indicador de Expectativas

Em maio, consumidores mantinham boas expectativas com relação ao futuro de sua vida financeira

O Indicador de Expectativas registrou 53,9 pontos em maio. O resultado, como nos meses anteriores, ficou um pouco acima do observado no mês anterior, quando marcara 52,1 pontos, e muito acima do Indicador de Condições Gerais. Analisando somente as expectativas, nota-se razoável diferença entre o que os consumidores esperam para o futuro da economia e o futuro da própria vida: enquanto o Indicador de Expectativas da Vida Financeira marcou 65,0 pontos, o Indicador de Expectativas da Economia alcançou 42,8. Essa diferença é um reflexo da percepção

que os entrevistados têm do momento presente, que, como se viu, é mais favorável quando se trata da própria vida financeira.



Em termos percentuais, a maioria relativa (40,7%) diz estar pessimista com o **futuro da economia**. Já os otimistas somam 19,1% e os que não se consideram nem otimistas nem pessimistas, 34,9%. Para justificar o **pessimismo** com os próximos seis meses da economia, mais uma vez a questão da desconfiança com a representação política aparece: quase metade desses entrevistados (49,4%) cita a corrupção, a incompetência dos governantes e a falta de punição dos políticos como a principal razão de seu desalento. Para 20,2%, a razão do pessimismo é o contínuo aumento do desemprego. Há ainda 10,4% que se dizem pessimistas por discordar das medidas econômicas que vem sendo tomadas pelo governo e 7,1% que acreditam que a inflação não será controlada.

POR QUE ESTÁ PESSIMISTA COM O FUTURO DA ECONOMIA

Corrupção e incompetência dos governantes	26,4%
Devido a corrupção e falta de punição dos políticos	23,0%
Porque o desemprego segue aumentando	20,2%
Porque discordo das medidas econômicas que vêm sendo adotadas	10,4%
A inflação não será controlada e os preços continuarão subindo	7,1%
Outros	12,8%

Já entre os **otimistas** com a economia, a maior parte (44,7%) não sabe dizer as razões de seu otimismo: apenas diz acreditar que coisas boas irão acontecer, indicando que boa parte do otimismo que se nutre com relação à economia não se sustenta, ainda, em base sólida. Para 15,1%, porém, a razão do otimismo é a percepção de que os preços pararam de aumentar. Com efeito, embora os preços continuem subindo, a taxa anual de crescimento é bem menor do que a verificada no auge da crise. Além desses, 14,5% fiam-se no fato de que o pior momento da crise política passou – os dados foram coletados antes da nova crise política aberta com a divulgação de novas delações –, e 7,2% dizem-se confiantes por perceberem que as pessoas estão voltando a comprar.

POR QUE ESTÁ OTIMISTA COM O FUTURO DA ECONOMIA

Não sei porque, mas estou otimista, sinto que boas coisas irão acontecer	44,7%
O preço das coisas pararam de aumentar	15,1%
O pior momento da crise política passou	14,5%
Concordo com as medidas econômicas que vêm sendo adotadas	13,2%
As pessoas voltaram a comprar/consumir mais	7,2%
Outros	5,3%

Quando se trata das **expectativas com própria vida financeira**, a maioria (60,7%) diz ter expectativas boas ou muito boas, enquanto 10,8% dizem estar pessimistas. Além desses, 22,5% dizem não ter expectativas nem boas nem ruins. Entre os otimistas, 29,7% dizem ter perspectivas de conseguir um novo emprego ou promoção, e 28,9% dizem não saber justificar suas expectativas. Além desses, 13,6% colocam suas esperanças na recuperação da economia e 9,9% dizem estar fazendo uma boa gestão das próprias finanças.

RAZÕES DO OTIMISMO COM VIDA FINANCEIRA

Não sei por que, mas tenho o sentimento de que as coisas vão melhorar	28,9%
Acredito que conseguirei um novo emprego	16,3%
Porque a economia vai melhorar	13,6%
Tenho perspectivas de conseguir um emprego melhor ou promoção no emprego atual	13,4%
Tenho feito uma boa gestão das minhas finanças	9,9%
Estou investindo na profissão	8,7%
Outros	9,4%

Entre os que estão **pessimistas** com a vida financeira, as razões mencionadas foram: o receio de que a crise econômica continue (27,9%); a percepção de que os preços seguem aumentando (15,1%); o fato de a vida financeira estar ruim no momento (15,1%); e o medo do desemprego (15,1%). Para 9,3%, a razão do pessimismo é a falta de perspectiva de conseguir um emprego e para 7,0% a razão é o acúmulo de dívidas.

RAZÕES DO PESSIMISMO COM VIDA FINANCEIRA	
A crise econômica ainda pode continuar	27,9%
Minha situação financeira está ruim	15,1%
Medo do desemprego	15,1%
O preço das coisas continua aumentando	15,1%
Estou desempregado e não tenho expectativas de conseguir um novo emprego	9,3%
Porque acumulei dívidas e preciso quitá-las	7,0%
Outros	10,5%

Em síntese, o panorama da confiança do consumidor pouco diferiu, em maio, do observado nos meses anteriores. A sondagem mais uma vez mostrou os consumidores otimistas com o futuro de sua vida financeira. Já com relação ao futuro da economia, as expectativas são melhores do que a avaliação do momento atual, mas, ainda assim, é maior o número de consumidores pessimistas. É importante ressaltar que os dados referentes a maio foram coletados antes da crise política, que certamente deve afetar o humor dos consumidores. Todo esse quadro aponta para necessidade de restauração do cenário político-econômico, pré-condição para que a confiança possa estabelecer-se num patamar que favoreça o crescimento da produção, emprego e do consumo.

Conjuntura Econômica

Custo de vida continua pesando na vida financeira dos consumidores

Para metade dos consumidores (50,1%), o que mais tem pesado na vida financeira familiar é o custo de vida. De fato, apesar do recuo da inflação nos últimos meses, a alta dos preços foi muito acentuada nos últimos anos. Além disto, houve o crescimento do desemprego, que foi mencionado por 21,6% dos entrevistados como fator que pesa sobre a vida financeira familiar. Os consumidores citam também o endividamento (14,9%), a queda dos rendimentos mensais (8,5%).

Se o custo de vida incomoda, é nos supermercados que os consumidores mais percebem o aumento dos preços: 78,5% notaram que os preços aumentaram nesses locais. Para 68,9%,

também aumentou o preço da energia elétrica. Nas tarifas de combustíveis, telefone, preço de roupas e de itens de bares e restaurante, a percepção de aumento dos preços também foi elevada, como mostra a tabela abaixo. Esses últimos produtos e serviços, por não serem de primeira necessidade, têm de fato uma margem menor para promover aumentos de preços. Vale destacar, ainda, a quantidade de respondentes que indicam não saber avaliar a trajetória dos preços para esses itens é maior, indicando a possibilidade de um consumo menor.

Produtos/Serviços	Aumentaram	Permaneceram iguais	Diminuíram	Não sei
Supermercado	78,5%	15,5%	4,8%	1,3%
Conta de luz	68,9%	24,4%	4,3%	2,5%
Combustíveis	47,0%	24,5%	5,9%	8,3%
Telefonia	45,0%	44,5%	3,3%	7,3%
Roupas e Calçados	44,3%	34,0%	7,6%	14,1%
Bares e Restaurantes	41,6%	23,9%	10,3%	24,3%

Entre os que exercem uma atividade remunerada, que somam 53,0% dos consumidores sondados, a maioria relativa (42,0%) diz não ter receio de ser demitido. Para 25,0%, há um risco médio de ser demitido, enquanto que para 25,2%, o risco é baixo, e para 7,8% é alto. Esse é um dado que impacta diretamente a confiança, principalmente no componente que diz respeito à vida financeira. O receio de ser demitido, apresentado por quase um terço dos entrevistados – considerando os que reportam receio alto e médio –, é reflexo da realidade do emprego no país, que segue crescendo. De acordo com o dado mais recente do IBGE, o número de desempregados chegou a 14,1 milhões.

Metodologia

Para o cálculo do Indicador de Confiança, aplica-se, sobre uma amostra de 801 casos, um questionário com quatro questões principais. Por essas questões, mede-se: 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.

Cada uma das quatro questões tem opções de respostas que vão da mais otimista à mais pessimista, no caso das projeções, e da mais positiva à mais negativa, no caso das avaliações. Entre os extremos, há a resposta neutra, que não denota nem otimismo nem pessimismo. A marca de 50 pontos foi escolhida para representar a situação limite em que todos os entrevistados estão neutros na avaliação de todos os quesitos. Quanto maior a proporção de entrevistados otimistas, maior tende a ser o valor do indicador. Analogamente, quanto maior a proporção de entrevistados pessimistas, menor o valor do indicador. Acima do nível neutro, o indicador mostra os consumidores confiantes; abaixo dessa marca, mostra consumidores sem confiança.

Além das questões base do indicador, procura-se compreender as razões que levam os entrevistados ao otimismo ou ao pessimismo. Um bloco de questões também avalia a conjuntura do ponto de vista emprego e da inflação. A pesquisa abrangeu 12 capitais das cinco regiões brasileira, a saber: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Recife, Salvador, Fortaleza, Brasília, Goiânia, Manaus e Belém. Juntas, essas cidades somam aproximadamente 80% da população residente nas capitais. A amostra, de 801 casos, foi composta por pessoas com idade superior ou igual a 18 anos, de ambos os sexos e de todas as classes sociais. Os dados foram coletados via web e presencialmente entre os dias 02 a 17 de maio.