

Pobres estão mais confiantes e ricos mostram cautela, aponta pesquisa

(Não Assinado)

15h06

Folha Online

O ICC (Índice de Confiança do Consumidor), apurado mensalmente pela Fecomercio (Federação do Comércio do Estado de São Paulo), apresentou alta de 1,8% em setembro, em relação a agosto, e atingiu 140 pontos. Em relação ao mesmo período de 2007, o índice apresentou elevação de 5,8% (132,3 pontos).

O índice varia de zero a 200 pontos, indicando pessimismo abaixo de 100 pontos e otimismo acima desse patamar, e é composto por dois indicadores: o Icea (Índice das Condições Econômicas Atuais) e o IEC (Índice das Expectativas do Consumidor). Neste mês, o Icea --que registra como o entrevistado percebe a sua situação atual-- apresentou queda de 2,7% em relação a agosto (136,8 pontos). A percepção em relação ao futuro, contemplada pelo IEC teve alta de 4,9% em relação a agosto e atingiu 142,1 pontos.

De acordo com a Fecomercio, a pesquisa apurou comportamento divergente de acordo com a renda. Enquanto os consumidores de renda mais baixa se mostraram mais otimistas, a classe de renda mais alta mostrou cautela. Os consumidores com renda mais baixa, --muito mais afetados pela alta dos itens alimentícios-- com a notícia da desaceleração dos preços melhoram significativamente suas avaliações. Já os consumidores com renda acima de dez salários mínimos revelaram grande cautela nas suas avaliações em relação à situação econômica do Brasil, justificadas pela percepção das incertezas do cenário externo, e, sobretudo das variáveis juros, câmbio e inflação.

Renda

Na análise realizada por faixa de renda, o ICC apurou queda de 1,7% (148 pontos) entre os consumidores com rendimentos superiores a dez salários mínimos. Em relação ao IEC, setembro apresentou queda de 3,8% (146,6 pontos) e o Icea alta de 1,5% (150 pontos).

Já os paulistanos na faixa de renda inferior a dez salários mínimos tiveram alta de 5,7% no ICC (138,1 pontos). O IEC também apresentou alta de 11,5% (141 pontos) e o Icea variou negativo em 2,4% (133,8 pontos). Todos os dados são resultados da comparação com o mês anterior.

Faixa etária

Na análise segmentada, os homens estão mais otimistas em relação às mulheres (147,6 pontos contra 133 pontos, respectivamente). A pesquisa destaca também que os consumidores com idade superior a 35 anos estão mais confiantes e, em setembro, atingiram alta de 3,2% no ICC (146,5 pontos). Entre os paulistanos da faixa etária inferior a este patamar, houve elevação de 2,6% no ICC (134,1 pontos).