

BOLHA GLOBAL

Pessimismo é o maior da história do índice apurado pela FGV. Expectativa no Brasil é tão negativa quanto em países como os EUA

Cai a confiança do consumidor brasileiro

DA REDAÇÃO

10+

Embora a crise não tenha atingido até o momento os brasileiros em níveis tão dramáticos como afetou os norte-americanos e os europeus, os consumidores do Brasil ficaram tão pouco confiantes na economia quanto os desses países. A constatação foi feita pelo coordenador do Núcleo de Pesquisas e Análises Econômicas da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Aloisio Campelo, a partir de análise realizada após a queda de 15,2% no Índice de Confiança do Consumidor (ICC) em novembro último, em comparação com novembro do ano passado.

"Agora, em novembro, o mau humor do consumidor brasileiro foi comparável ao mau humor do americano, do europeu, e do argentino", afirmou Campelo à Agência Estado. Para chegar a esta conclusão, o analista padronizou os dados de índices de confiança dos consumidores da Argentina, da União Europeia, e dos Estados Unidos, e efetuou um ajuste sazonal nos resultados, para em seguida comparar com a confiança do consumidor brasileiro.

De acordo com Campelo, nos dois meses anteriores a novembro, o nível de confiança do consumidor brasileiro se manteve em um patamar acima do registrado por outros índices de confiança de consumidores de outros países e regiões. Isso porque a economia do Brasil no período ainda estava no que o analista classifica como uma trajetória positiva, "fortemente puxada pela demanda no mercado interno". Entretanto, com a restrição de oferta de crédito tanto nos cenários nacional como internacional, a economia brasileira começou a sofrer os impactos da crise.

Natal

Campelo prevê que o consumidor será mais cauteloso no Natal. O economista admitiu que, em novembro, houve uma piora generalizada nas respostas do brasileiro usadas para cálculo do índice. "A única resposta que não apresentou piora em novembro foi sobre as projeções de inflação", afirmou. De acordo com Campelo, a expectativa do con-

Ronaldo de Oliveira/CB/D.A Press - 23/12/04



COM MEDO DA CRISE, CONSUMIDORES ESTÃO OPTANDO PELA CAUTELA E PODEM GASTAR MENOS NO NATAL

INFLAÇÃO MENOR EM BRASÍLIA

A inflação no varejo de Brasília apresentou desaceleração, segundo o último Índice de Preços ao Consumidor Semanal (IPC-S) apurado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Os preços na cidade subiram 1,01% até 22 de novembro. Na medição anterior, realizada em 15 de novembro, a alta do índice havia chegado a 1,14%. Outras três cidades do país também tiveram desaceleração na inflação: Recife (de 0,43% para 0,26%), Salvador (de 0,37% para 0,34%) e São Paulo (de 0,54% para 0,51%). Já outras capitais apresentaram taxa maior no período. É o caso de Belo Horizonte (de 0,59% para 0,72%); Rio de Janeiro (de 0,64% para 0,71%); e Porto Alegre (de 0,74% para 0,91%). Somadas as sete capitais, a inflação subiu de 0,56% para 0,57% entre a segunda e a terceira quadrissemana de novembro. Embora todas as cidades contribuam para a formação do IPC-S, a inflação na cidade de São Paulo é a de maior peso no cálculo do índice.

sumidor para a inflação nos próximos 12 meses caiu de 7,3% para 7,2% de outubro para novembro.

"O consumidor tornou-se um pessimista. Estamos no segundo mês de resultado negativo para o ICC (que teve queda de 10% em outubro ante setembro), e chegamos em novembro ao pior nível da série", acrescentou o economista. O patamar de confiança do consumidor foi em novembro o mais baixo desde o início do índice, em setembro de 2005.

Em novembro, o consumidor também parece mais preocupado com os rumos do mercado de trabalho. "As expectativas em relação ao mercado de trabalho também são as piores desde setembro de 2005", acrescentou

próprio consumo e com presentes", concluiu.

O mau-humor do paulistano com alto poder aquisitivo foi a maior influência para a queda de 4,2% no ICC em novembro, em relação a outubro, a segunda mensal consecutiva. De acordo com ele, ao dividir a evolução do ICC entre as capitais pesquisadas, a cidade de São Paulo foi a que apresentou a mais forte queda em novembro ante o mês passado, com recuo de 6,7%. "A confiança do consumidor paulistano está caindo muito mais do que a média nacional", comentou.

Empresas

O empresariado, no entanto, mantém o otimismo. O Índice de Confiança do Empresário de Pequenos e Médios Negócios no Brasil (IC-PMN), que teve a primeira edição divulgada ontem, alcançou em novembro 69,5 pontos. Calculado pelo Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais (Ibmec) São Paulo em parceria com o Grupo Santander Brasil, o indicador trimestral varia numa escala de 0 a 100 pontos, indicando pessimismo abaixo dos 50 e otimismo acima desse patamar.

o economista. "Um consumidor mais cauteloso significa um consumidor que gasta menos com o