



Otimismo do consumidor atinge nível recorde

O brasileiro está satisfeito com sua vida e faz previsões otimistas sobre o emprego e a renda. É o que revela o Índice Nacional de Expectativa do Consumidor (Inec) divulgado na quinta-feira (5) pela Confederação Nacional da Indústria (CNI).

Em setembro, O indicador atingiu 110,6 pontos, mais alto nível da série histórica de pesquisas, que teve início em outubro 1997. O recorde anterior, de 106,3 pontos, havia sido registrado em junho de 2003.

O otimismo do brasileiro é resultado do aumento da renda, proporcionado pela queda da inflação e pelo reajuste do salário mínimo e dos benefícios da Previdência, como avalia, gerente-executivo da Unidade de Política Econômica da confederação, Flávio Castelo Branco.

A expectativa dos brasileiros é confirmada pelo aumento do consumo, que deve fechar o ano com uma expansão de 4%. "É esse consumo que está mantendo o crescimento da economia", afirma o executivo, segundo informa o CNI. Ele lembra que a projeção da entidade para o crescimento da economia neste ano é de 2,9%.

Já o temor de perder o emprego diminuiu. O Inec demonstra que o indicador de temor em relação ao desemprego foi de 104,7 pontos em setembro, menor nível desde o início da pesquisa.

Os consumidores também acreditam na queda dos preços. O indicador que verifica a expectativa de queda da inflação subiu para 111,5 pontos, nível 17% superior ao registrado em setembro de 2005.

Quanto maior o indicador, maior o otimismo em relação à inflação.

Ainda segundo o estudo da CNI a percepção positiva dos consumidores em relação à renda, ao emprego e à inflação aumentou sua satisfação com a vida, efeito demonstrado no indicador específico, que atingiu 102,2 pontos, 3% maior que o de setembro de 2005.

A pesquisa da CNI, que ouviu 2.002 pessoas em todo o país entre 9 e 11 de setembro, aponta que 24% dos entrevistados planejam ampliar suas compras nos próximos três meses, percentual 0,5% superior ao registrado no segundo trimestre e 7,6% maior do que o de igual período de 2005. O estudo mostra, assim, que a disposição para ir às compras aumentou.