



RETRATOS DA SOCIEDADE BRASILEIRA

Crise econômica III - Inflação e consumo

CNI

Confederação Nacional da Indústria
CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA

Crise econômica muda hábitos de consumo das famílias

Na crise atual, um dos principais problemas é o aumento da inflação, percebido por 70% dos brasileiros. Como consequência do aumento dos preços e do desemprego, o poder de compra das famílias se reduz e a incerteza com relação à renda futura aumenta (Veja Retratos da Sociedade Brasileira 25: Crise Econômica II - Renda e endividamento)

Diante desse cenário, os brasileiros estão alterando seu consumo e seu planejamento financeiro: 57% afirmam já ter mudado seus hábitos e 21% afirmam que pretendem mudá-los. Esses percentuais são superiores aos verificados no passado, inclusive durante a crise econômica de 2008/2009.

Os percentuais são ainda maiores quando os brasileiros são confrontados com perguntas específicas sobre seus hábitos de consumo: 90% afirmam que passaram a pesquisar mais os preços antes das compras; 77% mudaram o local de consumo, buscando preços mais baixos; 72% trocaram produtos por similares mais baratos; 63% adiaram a compra de bens de maior valor e 74% reduziram as despesas da casa porque o dinheiro estava curto.

O consumo de 11 entre 13 tipos de bens e serviços apresentados para avaliação dos entrevistados se reduziu nos últimos 12 meses. Os itens que apresentam maior redução são atividades de lazer, restaurantes e carne vermelha.

90%
dos brasileiros
passaram
a pesquisar
mais os
preços antes
das compras

Como divulgado no Retratos da Sociedade Brasileira 24: Crise Econômica I - Mercado de trabalho, as expectativas dos brasileiros quanto à economia são pessimistas: 54% dos entrevistados acreditam que a situação econômica do país irá piorar nos próximos 12 meses.

As expectativas ruins se alinham com as expectativas para a inflação: 79% dos brasileiros acreditam que a inflação aumentará ainda mais nos próximos 12 meses.



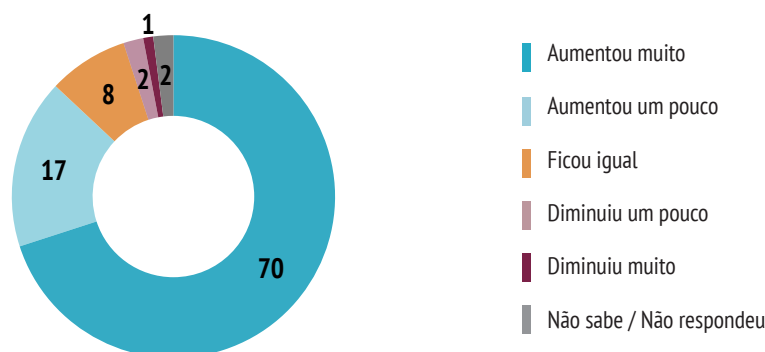
1 Inflação

Sete em cada dez brasileiros consideram que a inflação aumentou muito nos últimos 12 meses

Quando questionados sobre o comportamento da inflação nos últimos doze meses, 70% dos brasileiros afirmam que a inflação aumentou muito, 17% dizem que ela aumentou um pouco, 8% que ela ficou igual, 2% que ela diminuiu um pouco e 1% que ela diminuiu muito.

Comportamento da inflação nos últimos 12 meses

Percentual de respostas (%)



Aumentos nos preços da energia e da carne são os mais sentidos pelos consumidores

Entre os bens e serviços analisados, a energia elétrica e a carne vermelha são aqueles cujo aumento de preços foi mais percebido pelos consumidores: respectivamente 92% e 82% dos consumidores afirmam que os preços desses bens aumentaram muito. As frutas e verduras ocupam o terceiro lugar, com 75% dos consumidores avaliando que seus preços aumentaram muito.

Conta de telefone fixo e celular, vestuário e atividades de lazer são os bens e serviços para os quais se verifica os maiores percentuais que afirmam que os preços permaneceram estáveis nos últimos 12 meses: respectivamente 18%, 16% e 16%.

Percepção sobre os preços dos bens e serviços nos últimos 12 meses

Percentual de respostas (%)

	Aumentou muito	Aumentou um pouco	Ficou igual	Diminuiu um pouco	Diminuiu muito	Não sabe/ Não respondeu
Energia elétrica	92	5	1	0	0	0
Carne vermelha	82	13	3	0	0	1
Frutas e verduras	75	17	5	1	0	1
Medicamentos	68	18	7	1	0	5
Conta de água	68	19	9	1	0	4
Grãos	64	25	8	1	0	1
Produtos de limpeza domésticos	56	29	11	1	0	3
Produtos de beleza e higiene pessoal	56	29	11	1	0	4
Despesas com habitação	56	17	10	1	1	15
Restaurantes	56	19	8	1	1	16
Vestuário	53	26	16	2	1	3
Conta de telefone fixo ou celular	53	22	18	0	0	6
Transporte público	52	27	12	1	0	7
Atividades de lazer	37	22	16	2	1	23

Despesas com habitação, restaurantes e atividades de lazer são os bens e serviços para os quais se verificam os maiores percentuais de pessoas que não sabem ou não quiseram opinar. Isso pode ser consequência da falta de acesso a esses bens e serviços, no caso de atividades de lazer e restaurantes, e da falta de conhecimento sobre os custos com habitação.

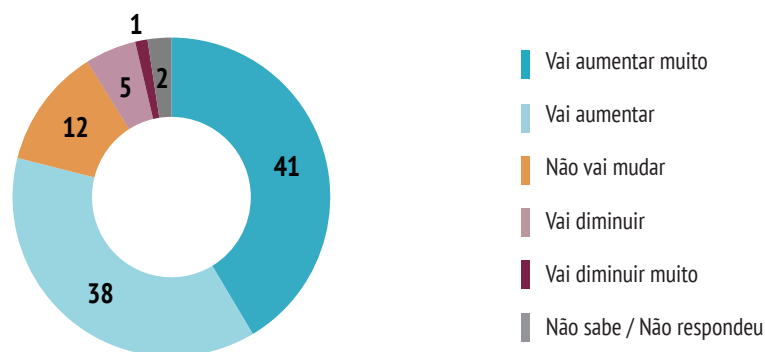
A soma pode diferir de 100% por questões de arredondamento.

Oito em cada dez brasileiros acham que a inflação vai aumentar nos próximos seis meses

Quando questionados sobre o comportamento da inflação nos próximos seis meses, 41% afirmam que a inflação vai aumentar muito e 38% afirmam que ela vai aumentar.

Comportamento da inflação nos próximos seis meses

Percentual de respostas (%)



A soma difere de 100% por questões de arredondamento.

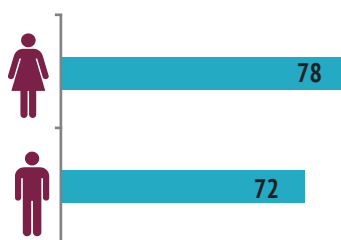
2 Consumo

Três quartos dos brasileiros poupam mais com medo da crise

Entre os brasileiros, 76% afirmam que passaram a poupar mais com medo de dificuldades futuras, ou seja, reduziram seu consumo. O percentual de mulheres que afirmaram adotar esse comportamento é superior ao de homens.

Passou a poupar mais com medo de dificuldades futuras

Percentual de respostas "Sim" por gênero (%)



Mais brasileiros ajustam hábitos de consumo que na crise de 2008/2009

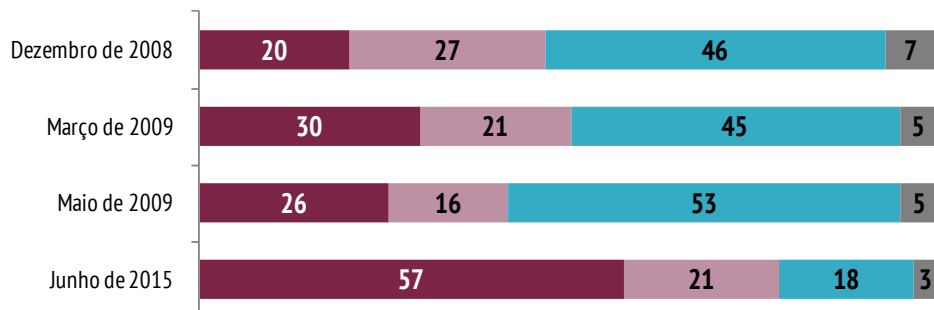
Entre os brasileiros, 57% já alteraram seus hábitos de consumo ou planejamento financeiro em função da crise de 2015. Outros 21% afirmam que não alteraram, mas que pretendem alterar.

Durante a crise econômica de 2008/2009, o maior percentual de brasileiros que ajustaram seus hábitos de consumo ou planejamento financeiro foi de 30%, em março de 2009, e o maior percentual dos que afirmaram que pretendiam realizar esse ajuste foi de 27%, em dezembro de 2008.

Isso indica que a reação dos consumidores brasileiros na crise de 2015 está sendo mais intensa do que a verificada durante a crise financeira mundial.

Alterou ou pretende alterar hábitos de consumo e planejamento financeiro

Percentual de respostas (%)



- Já alterou seus hábitos de consumo ou de planejamento financeiro
- Ainda não alterou mas pretende alterar
- Não alterou e nem pretende alterar seus hábitos de consumo ou de planejamento financeiro em função da crise
- Não sabe / Não respondeu

Nota: A soma pode diferir de 100% por questões de arredondamento.

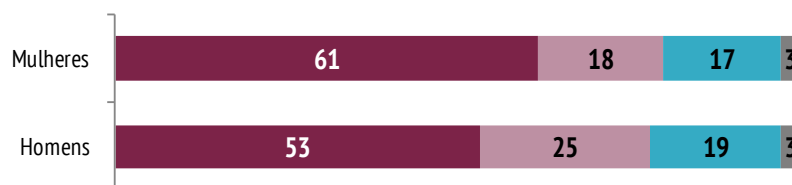


GÊNERO

O percentual de homens e de mulheres que já alteraram ou pretendem alterar seus hábitos de consumo e planejamento financeiro em função da crise são similares. No entanto, verifica-se que entre as mulheres o percentual que já ajustou é superior ao dos homens, entre os quais é maior o percentual dos que pretendem ajustar, mas ainda não o fizeram.

Alterou ou pretende alterar hábitos de consumo e planejamento financeiro

Percentual de respostas por gênero (%)



- Já alterou seus hábitos de consumo ou de planejamento financeiro
- Ainda não alterou mas pretende alterar
- Não alterou e nem pretende alterar seus hábitos de consumo ou de planejamento financeiro em função da crise
- Não sabe / Não respondeu

Nota: A soma pode diferir de 100% por questões de arredondamento.

O consumo de serviços de lazer e restaurantes é reduzido pelo maior percentual de famílias

Para 13 tipos de bens e serviços, os entrevistados responderam se aumentaram ou reduziram o consumo nos últimos 12 meses.

Para a maioria dos bens e serviços analisados, o percentual que afirma ter reduzido seu consumo foi superior ao percentual que afirma tê-lo aumentado no período, com destaque para atividades de lazer, restaurantes, vestuário e carne vermelha.

Varição no consumo nos últimos 12 meses

Percentual de respostas (%)

	Aumentou	Diminuiu	Manteve	Deixou de consumir*	Não sabe/ Não respondeu	Saldo = Aumentou (-)Diminuiu (-)Deixou de consumir
Atividades de lazer (Cinema, clubes, teatro, etc.)	12	38	24	9	17	-35
Restaurantes	15	39	21	10	15	-34
Vestuário	20	40	37	1	1	-21
Carne vermelha	25	42	30	1	1	-18
Produtos de beleza e higiene pessoal	22	32	45	1	1	-11
Água	28	36	33	0	2	-8
Conta de telefone fixo ou celular	26	31	37	2	5	-7
Transporte público	23	25	38	3	11	-5
Produtos de limpeza domésticos	24	29	46	0	1	-5
Frutas e verduras	27	31	40	0	1	-4
Energia elétrica	38	41	20	0	1	-3
Grãos	26	20	54	0	0	6
Medicamentos	32	22	42	1	3	9

* Resposta espontânea, ou seja, não apresentada aos respondentes.



Atividades de lazer e restaurantes são as atividades que apresentam maior diferença negativa entre os que afirmam ter aumentado seu consumo e os que afirmam tê-lo reduzido ou deixado completamente de consumir.



Verifica-se um alto percentual de não-respostas para **atividades de lazer, restaurantes e transporte público**. É possível que esse alto percentual seja relativo a pessoas que já não consomem esses bens e serviços e, portanto, não puderam responder a pergunta.



No caso de restaurantes e atividades de lazer, o percentual de não-respostas é maior quanto menor a renda familiar dos entrevistados, chegando respectivamente a 25% e 29% entre aqueles cuja renda familiar é inferior a um salário mínimo. Já no caso de transporte público, o percentual de não-respostas é maior quanto maior a renda familiar, chegando a 18% entre os que possuem renda familiar superior a cinco salários mínimos.

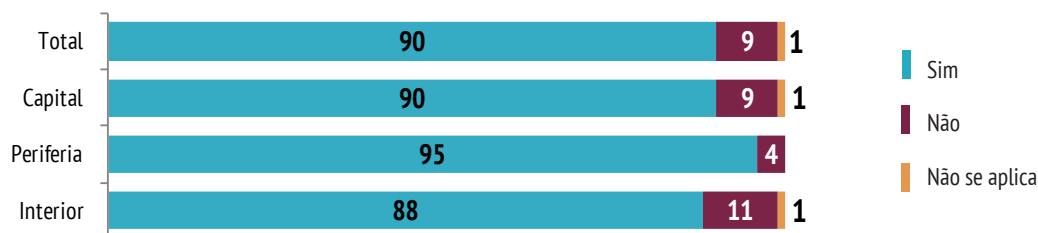
Grãos e medicamentos são os únicos bens e serviços para os quais se verificou maior percentual de consumidores que elevaram seu consumo nos últimos 12 meses que o percentual de consumidores que o reduziram.

Nove em cada dez brasileiros pesquisam mais os preços antes de comprar

Nos últimos 12 meses, 90% dos brasileiros afirmam que passaram a comparar mais os preços antes de comprar. Esse movimento é ainda maior entre aqueles que moram nas periferias das cidades, entre os quais 95% afirmam ter intensificado suas pesquisas de preços.

Pesquisa mais o preço antes de comprar nos últimos 12 meses

Percentual de respostas por condição de município (%)



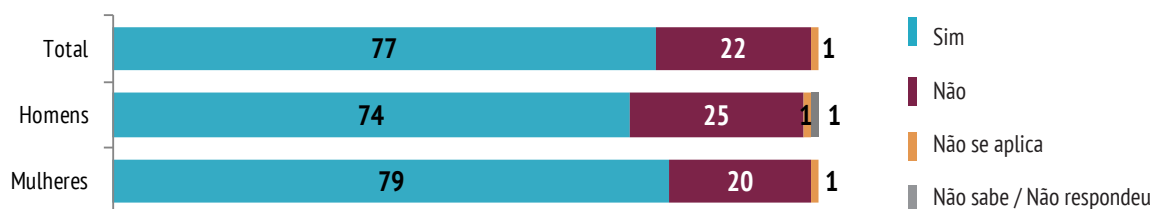
Nota: A soma pode diferir de 100% por questões de arredondamento.

Três quartos dos brasileiros trocam seu local de compras por lugares mais baratos

Grande parte dos brasileiros (77%) afirma ter mudado seu local de compras por lugares mais baratos. Essa prática é mais adotada pelas mulheres (79%) que pelos homens (74%).

Trocou o local de consumo por um mais barato nos últimos 12 meses

Percentual de respostas por gênero (%)



Nota: A soma pode diferir de 100% por questões de arredondamento.



MUNICÍPIOS

O percentual de pessoas que trocaram seu local de consumo por lugares mais baratos é maior nas periferias (85%) que nas capitais (76%) e no interior (75%).

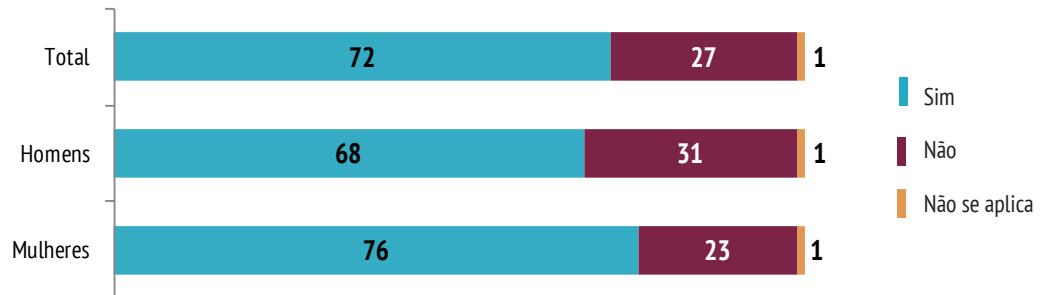


Três quartos dos brasileiros trocam produtos por similares mais baratos

Entre os entrevistados, 72% afirmam ter trocado produtos por similares mais baratos nos últimos 12 meses. As mulheres são mais adeptas das trocas de marcas que os homens.

Trocou produtos por similares mais baratos nos últimos 12 meses

Percentual de respostas por gênero (%)

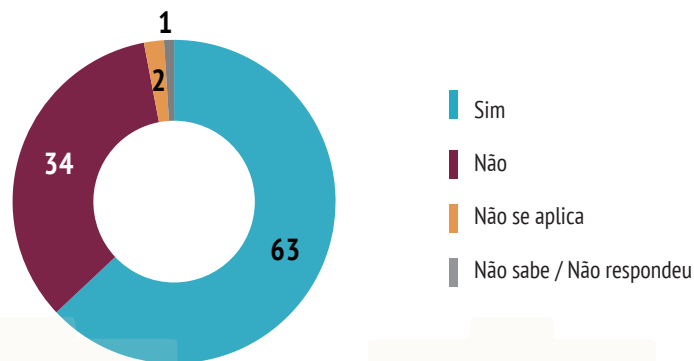


Seis em cada dez brasileiros adiam a compra de bens de maior valor

Entre os brasileiros, 63% afirmam ter adiado a compra de bens de maior valor, como carros, móveis, imóveis, eletrônicos e eletrodomésticos nos últimos 12 meses.

Adiou compra de bens de maior valor nos últimos 12 meses

Percentual de respostas (%)

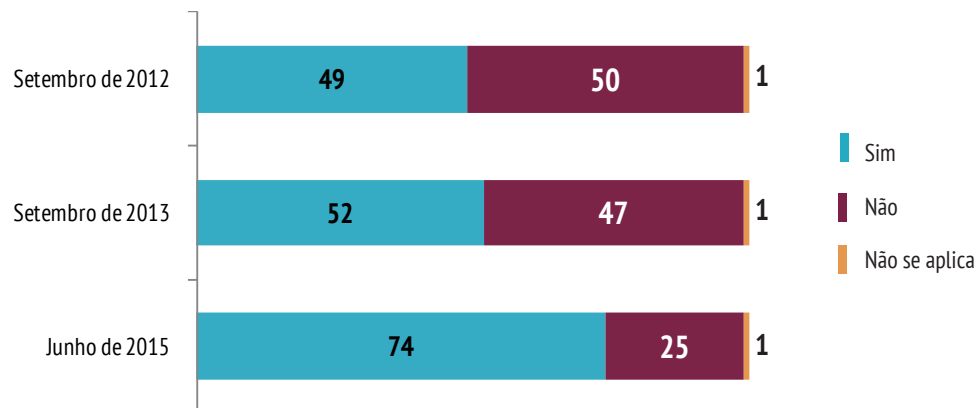


Três quartos dos brasileiros reduzem as despesas da casa

Em junho de 2015, 74% dos brasileiros afirmam ter reduzido as despesas de casa nos últimos 12 meses porque o dinheiro estava curto. Esse percentual em setembro de 2013 era de 52% e em setembro de 2012 era de 49%, o que corrobora a piora na situação financeira das famílias nos últimos 12 meses.

Reduziu as despesas da casa nos últimos 12 meses por que o dinheiro estava curto

Percentual de respostas (%)



Quanto menor a renda familiar dos brasileiros, maior o percentual dos que reduziram as despesas de casa nos últimos 12 meses: enquanto 66% dos que possuem renda familiar superior a cinco salários mínimos afirmam ter passado por essa situação, esse percentual chega a 81% entre as famílias cuja renda é inferior a um salário mínimo.

Reduziu as despesas da casa nos últimos 12 meses por que o dinheiro estava curto

Percentual de respostas "sim" por faixa de renda (%)



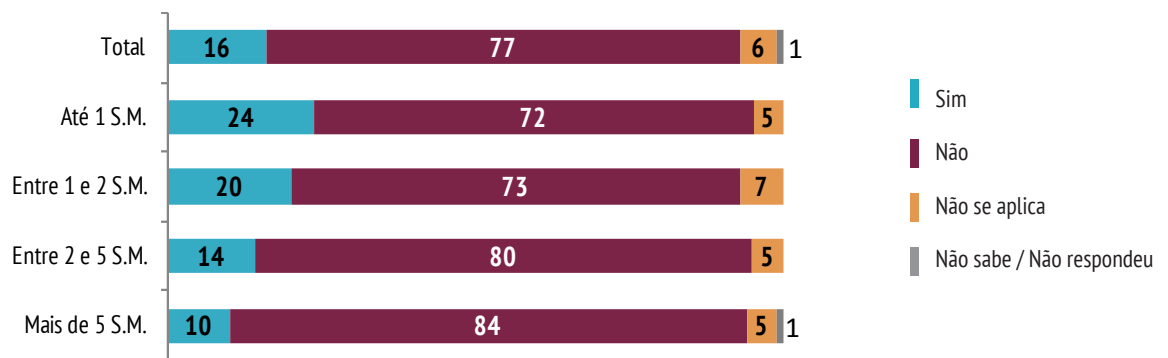
16% das famílias se mudam para reduzir custos

Quando questionados se tiveram que se mudar de residência para reduzir os custos com habitação nos últimos 12 meses, 16% dos entrevistados afirmaram que sim.

O percentual dos que tiveram que se relocar é maior entre os brasileiros de menor renda familiar: 24% dos que possuem renda familiar inferior a um salário mínimo reportam ter se mudado de residência nos últimos 12 meses para reduzir os custos com habitação.

Mudou de residência para reduzir custos com habitação nos últimos 12 meses

Percentual de respostas por faixa de renda (%)



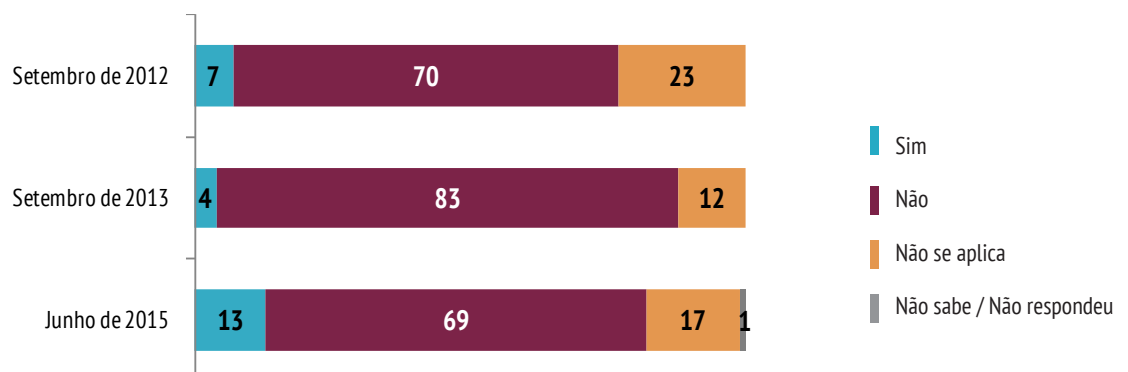
A soma pode diferir de 100% por questões de arredondamento.

Crise também afeta escolha da escola dos filhos

Uma das escolhas de consumo que também é impactada pela crise é a educação privada para os filhos: 13% dos entrevistados afirmam ter passado os filhos da escola particular para a escola pública nos últimos 12 meses. Esse percentual é elevado quando comparado com os verificados em setembro de 2013 e setembro de 2012: 4% e 7%, respectivamente.

Mudou os filhos da escola particular para a escola pública nos últimos 12 meses

Percentual de respostas (%)



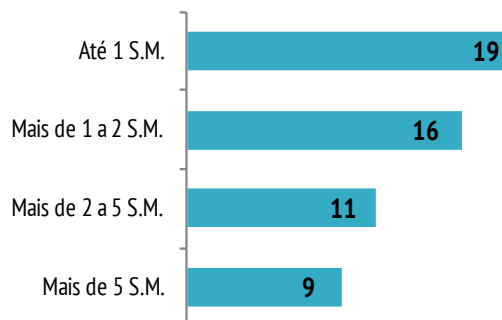
Nota: A soma pode diferir de 100% por questões de arredondamento.



Quanto menor a renda familiar dos brasileiros, maior o percentual dos que tiveram que abrir mão da educação privada para seus filhos nos últimos 12 meses: o percentual vai de 9% entre os que possuem renda familiar superior a cinco salários mínimos a 19% entre os que possuem renda familiar inferior a um salário mínimo.

Mudou os filhos da escola particular para a escola pública nos últimos 12 meses

Percentual de respostas "sim" por faixa de renda (%)



Os dados de dezembro de 2008 são referentes à Pesquisa CNI-Ibope, realizada em dezembro de 2008.
Os dados de março de 2009 são referentes à Pesquisa CNI-Ibope, realizada em março de 2009.
Os dados de maio de 2009 são referentes à Pesquisa CNI-Ibope, realizada em maio de 2009.
Os dados de setembro de 2012 são referentes à pesquisa RSB 12 - Padrão de vida.
Os dados de setembro de 2013 são referentes à pesquisa RSB 13 - Intenção de compra.



Veja mais

Mais informações, outros temas e metodologia da pesquisa em:
www.cni.org.br/rsb



Especificações técnicas

Pesquisa realizada pelo Ibope Inteligência.
Número de entrevistas: 2002 em 141 municípios.
Período de coleta: 18 a 21 de junho de 2015.



Conheça também

RSB 24 - Crise econômica I - Mercado de trabalho
RSB 25 - Crise econômica II - Renda e endividamento