

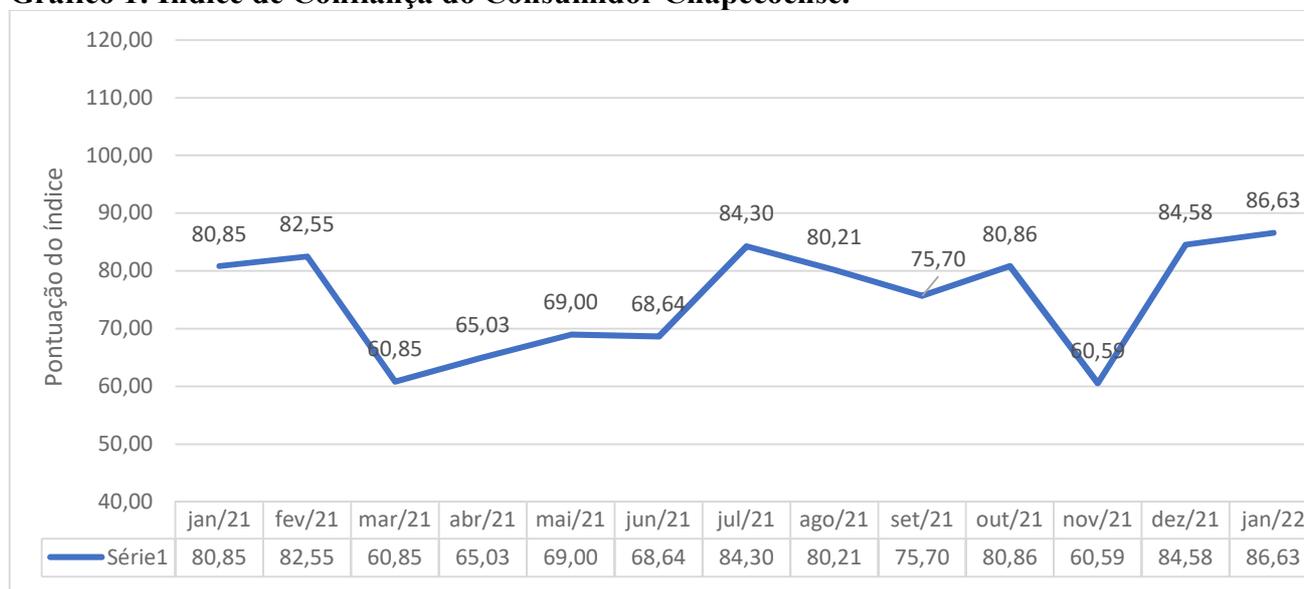
## ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR INICIA O ANO APRESENTANDO OTIMISMO

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC) é calculado mensalmente pelo curso de Ciências Econômicas juntamente com o Sindicato do Comércio – Sicom, para o município de Chapecó-SC. Para o mês de janeiro, a amostra da pesquisa foi composta por 37 participantes. O levantamento foi realizado entre os dias 15 de dezembro e 4 de janeiro, por meio do Google Formulários.

Em janeiro, o **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)** apresentou variação de **2,42%** em comparação ao mês de dezembro, subindo para **86,63 pontos**. Em relação a janeiro de 2021, houve variação positiva de 5,78 pontos (7,14%). Apesar de positivo, o resultado do subíndice IEC (Gráfico 2) mostra que os consumidores estão incertos quanto as condições econômicas atuais. A pontuação segue próxima da média dos últimos meses e o cenário permanece sendo de desconfiança, segundo a taxonomia<sup>1</sup>.

A representação das oscilações mensais do Índice de Confiança do Consumidor pode ser observada no Gráfico 1, a seguir.

**Gráfico 1: Índice de Confiança do Consumidor Chapecoense.**



Fonte: Curso de Ciências Econômicas/Unochapecó e Sicom Pesquisas.

<sup>1</sup> Taxonomia: ICC=100 – Confiança estável; 100<ICC<125 – Confiança (Moderado-bom); 125≤ICC<150 – Confiança (Muito bom); 150≤ICC<200 – Confiança (Excelente); 75≤ICC<100 – Desconfiança (Desaceleração); 50≤ICC<75 – Desconfiança (Recessão).

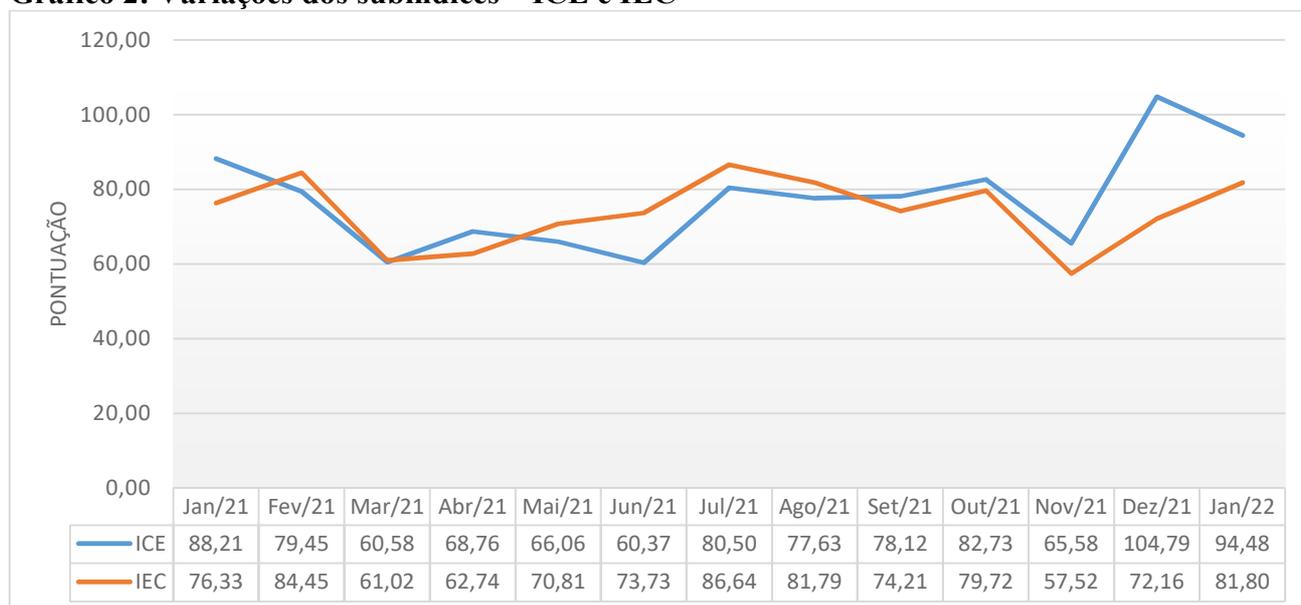
O Índice de Condições Econômicas (ICE) apresentou uma variação de -9,83%, reduzindo para **94,48 pontos**, os resultados indicam que os consumidores estão menos confiantes com relação às suas finanças e às condições para aquisição de bens duráveis, se comparado ao mês de dezembro.

Responsável pela variação positiva do ICC, o Índice de Expectativas de Consumo (IEC) que mensura o sentimento dos consumidores em relação aos próximos anos, tanto da situação econômica pessoal quanto do país como um todo, apresentou alta de 13,35%, chegando em **81,80 pontos**. Esse aumento revela que os consumidores estão mais confiantes em relação aos próximos anos, se comparado ao último mês.

Com esses resultados é possível que o consumidor esteja confiante em uma melhora na situação econômica do país após as eleições, ou até mesmo na expectativa de que com o aumento na taxa de juros haja redução na inflação, aumentando seu poder de compra no decorrer do ano. Essas variações também podem estar ligadas com algumas metas a serem cumpridas, na esperança de que no longo prazo a situação financeira do consumidor que se desafiou esteja melhor.

Em geral, como explica a profa. Cássia Ternus, “Os indivíduos tendem a estar mais otimistas com novos ciclos e o clima natalino associado as festividades de final de ano influenciam nas expectativas dos agentes. Logo, expectativas positivas são criadas e acreditamos que – no médio e longo prazo – estaremos em uma situação melhor. Caso esse otimismo não for abalado por outros fatores, a tendência é de que a partir do comportamento individual tenhamos tempos melhores no futuro. No entanto, é difícil garantir isso em função das inúmeras oscilações de mercado e contexto.”

**Gráfico 2: Variações dos subíndices – ICE e IEC**



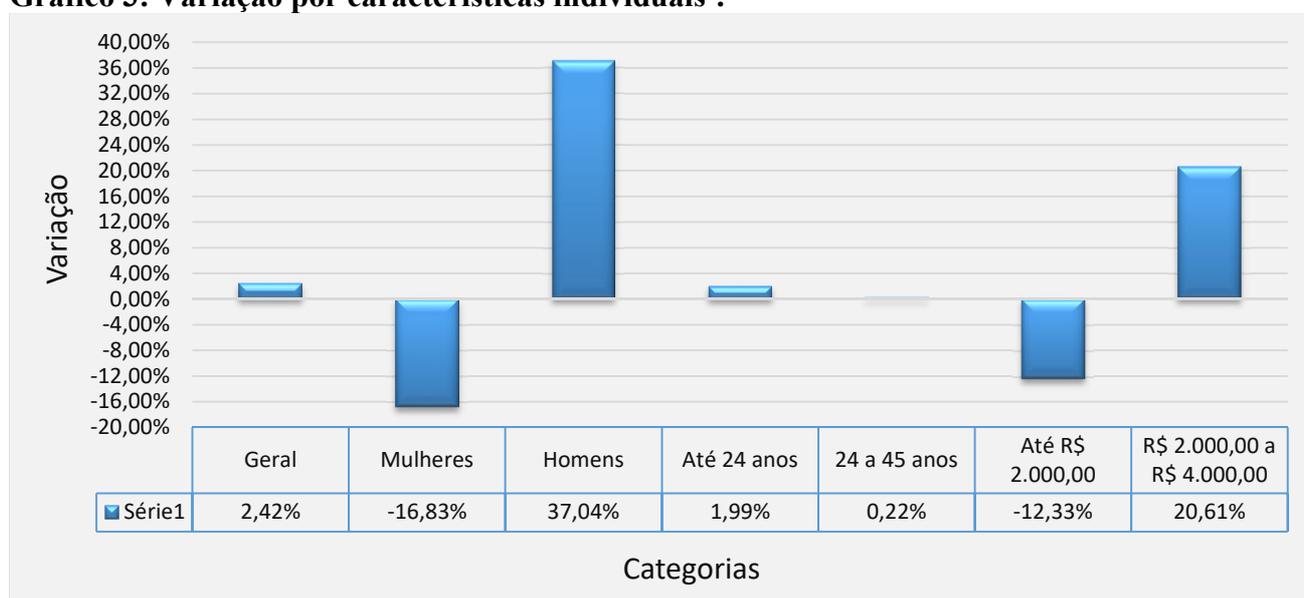
Fonte: Curso de Ciências Econômicas/Unochapecó e Sicom Pesquisas.

A média da renda dos participantes da pesquisa é de R\$ 2.718,78, enquanto em dezembro era de R\$ 4.207,94. As expectativas de gastos extras reduziram de R\$ 896,92 em dezembro para R\$ 475,00 neste mês. Já as expectativas de gastos pela internet reduziram de R\$ 578,95 em dezembro para R\$ 113,30 neste mês de janeiro. As reduções em gastos extras e gastos pela internet foram motivadas pela queda na renda média dos participantes e o início do ano com expectativas de corte nos gastos, além de dezembro ser o mês de férias, datas comemorativas e presentes.

Analisando os grupos que compõem o ICC, em janeiro o grupo de homens apresentou a maior variação positiva (37,04%), já as mulheres se mostraram pessimistas, reduzindo sua confiança (-16,83%). Em relação a renda, os consumidores que recebem acima de R\$ 4.000,00 foram os mais otimistas (20,61%). Olhando para faixa etária dos participantes, os que possuem até 24 anos apresentaram o maior aumento em sua confiança (1,99%).<sup>2</sup>

O comportamento dos consumidores segmentado por características individuais pode ser observado no gráfico 3, a seguir.

**Gráfico 3: Variação por características individuais<sup>3</sup>.**



Fonte: Curso de Ciências Econômicas/Unochapecó e Sicom Pesquisas.

## PESQUISA SAZONAL: COVID-19

<sup>2</sup> A análise segmentada da confiança dos consumidores entre 45 a 65 anos foi inviável este mês de janeiro devido ao baixo número de respondentes desse grupo.

<sup>3</sup> A análise segmentada da confiança dos consumidores acima dos 65 anos foi inviável após julho de 2020 devido ao baixo número de respondentes desse grupo.



Após a generalização do coronavírus no Brasil, a pesquisa do ICC passou a abordar perguntas referentes ao comportamento do consumidor chapecoenses durante a pandemia, neste tópico são apresentados os resultados comparando-os com o mês imediatamente anterior.

Os dados coletados mostram que **10,81%** dos respondentes declararam estar mais preocupados com a Covid-19 do que estavam no mês anterior. Ainda, **40,54%** mantiveram o nível de preocupação, enquanto **48,65%** estão menos preocupados.

No presente mês de janeiro, **40,54%** dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto **16,22%** confirmaram que não pretendem manter qualquer novo hábito. Ainda, **27,03%** dos participantes da pesquisa não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período e **16,22%** não souberam ou não quiseram responder.

Adentrando na vida financeira dos consumidores, **64,86%** deles asseguraram que não houve alteração na sua renda em decorrência da pandemia, enquanto **27,03%** constataram diminuição na mesma e **8,11%** tiveram aumento na sua renda.

Levando isto em conta, **35,14%** dos participantes revelaram ter aumentado seus gastos extras. **18,92%** realizaram cortes de gastos extras, enquanto **5,41%** realizaram cortes tanto em gastos extras como também em gastos essenciais e para **40,54%** permanece o mesmo.

- 
- A pesquisa pode ser verificada no site: <http://www.sca.isr.umich.edu/>.
  - A pesquisa foi adaptada da Survey of Consumers da Michigan University<sup>1</sup> para a realidade do município de Chapecó e utiliza como base o mês de abril de 2013.
  - A confiança do consumidor foi mensurada, com periodicidade mensal, entre 2012 e 2016 pelo curso de Ciências Econômicas da Unochapecó, fato que valida o instrumento e permite utilizar a base histórica como referência para o cálculo.

---

Realização e entidades envolvidas

**Bruna Furlanetto**

**Cássia Heloisa Ternus**

**Gabriel Salvador**

**Douglas Junior Pires da Silva**

Coordenadora do projeto

Prof<sup>ª</sup>. Responsável pelo ICC

Bolsista

Sicom