

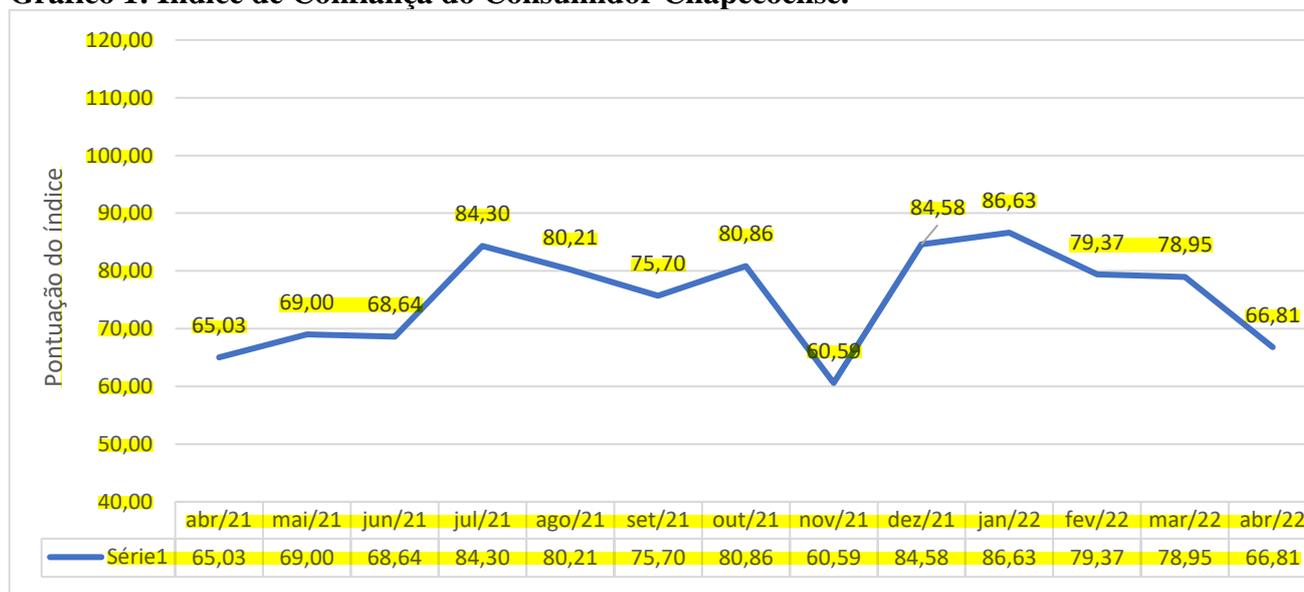
ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR ATINGE O MENOR VALOR DE 2022

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 abril, a amostra da pesquisa foi composta por 117 participantes. O levantamento foi realizado entre os dias 18 de março e 8 de abril, por meio do Google Formulários.

Em abril, o **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)** apresentou variação de **-15,38%** em comparação ao mês de março, reduzindo para **66,81 pontos**. Em relação a abril de 2021, houve variação positiva de 1,78 pontos (2,73%). A pontuação que anteriormente estava em Desconfiança (Desaceleração) agora passa para Desconfiança (Recessão), segundo a taxonomia¹.

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.

Conforme citado no boletim anterior, sobre um possível receio do consumidor para o aumento nos combustíveis, este se tornou realidade. No dia 10 de março, a Petrobras anunciou reajuste no preço da gasolina (18,8%), diesel (24,9%) e gás de cozinha (16,1%). Esses aumentos abalam a confiança de grande parte dos consumidores, pois todos dependem direta ou indiretamente destes produtos ou dos seus derivados.

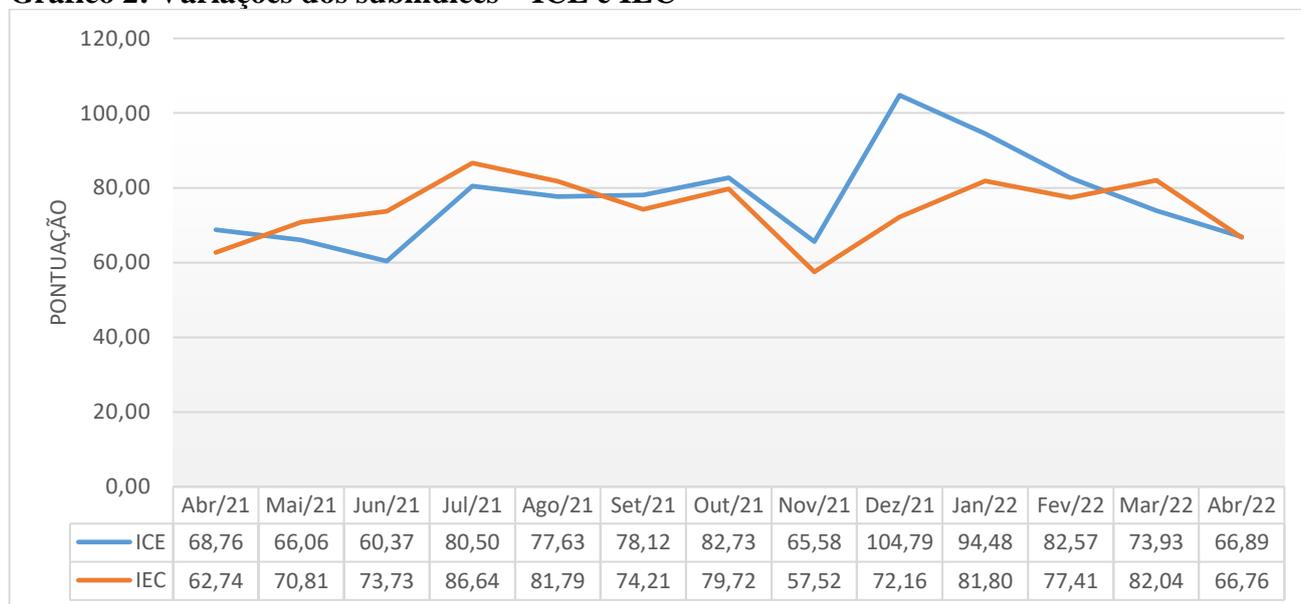
¹ Taxonomia: ICC=100 – Confiança estável; 100<ICC<125 – Confiança (Moderado-bom); 125≤ICC<150 – Confiança (Muito bom); 150≤ICC<200 – Confiança (Excelente); 75≤ICC<100 – Desconfiança (Desaceleração); 50≤ICC<75 – Desconfiança (Recessão).

A Petrobras leva em conta a política de preços do petróleo no mercado internacional, isso porque, se os preços fossem mais baratos que no restante do mundo, possivelmente ocorreria desabastecimento. Esse aumento no preço é reflexo da invasão Russa no território Ucrainiano, como terceiro maior exportador de petróleo e gás do mundo, a Rússia fornecia 1 em cada 10 barris de petróleo que o mundo consumia. Com as sanções econômicas contra a Rússia os preços tendem ficarem altos enquanto a guerra não acabar.

O Índice de Condições Econômicas (ICE) apresentou uma variação de -9,53%, reduzindo para **66,89 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 março.

Olhando para o futuro, 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 seu menor valor desde novembro de 2021. O índice caiu para **66,76 pontos** neste mês, uma a variação de -18,63%. Essa queda revela que os consumidores estão menos confiantes em relação aos próximos anos, se comparado aos últimos meses.

Gráfico 2: Variações dos subíndices – ICE e IEC



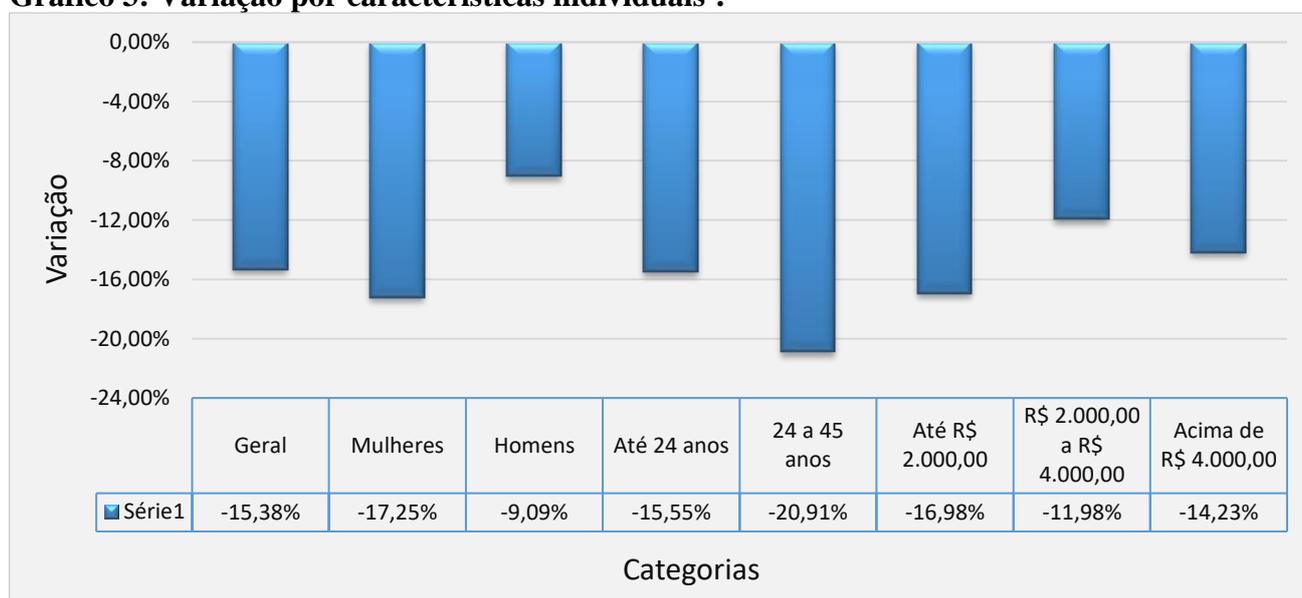
Fonte: Curso de Ciências Econômicas/Unochapecó e Sicom Pesquisas.

A média da renda dos participantes da pesquisa é de R\$ 3.890,84, enquanto em março era de R\$ 4.603,33. As expectativas de gastos extras subiram de R\$ 520,55 em março para R\$ 608,56 neste mês. Já as expectativas de gastos pela internet, seguindo tendência contrária, reduziram de R\$ 257,94 em março para R\$ 133,45 neste mês de abril.

Analisando os grupos que compõem o ICC, todos continuaram apresentando redução neste mês. As mulheres se mantiveram com maior pessimismo (-17,25%), os homens também reduziram sua confiança (-9,09%). Em relação a renda, os consumidores que recebem até R\$ 2.000,00 foram os mais pessimistas (-16,98%), possivelmente o grupo mais afetado pela elevação no preço dos combustíveis e derivados. Olhando para faixa etária dos participantes, os que possuem de 24 a 45 anos apresentaram maior redução em sua confiança (-20,91%).

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

Gráfico 3: Variação por características individuais².



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

HÁBITO DE CONSUMO PÓS COVID-19

No presente mês de abril, **58,12%** dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto **10,26%** confirmaram que não pretendem manter qualquer novo hábito. Ainda, **14,53%** dos participantes da pesquisa não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período e **17,09%** não souberam ou não quiseram responder.

² 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.



-
- A pesquisa pode ser verificada no site: <http://www.sca.isr.umich.edu/>.
 - A pesquisa foi adaptada da Survey of Consumers da Michigan University¹ 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^a. Responsável pelo ICC

Graduando de Ciências Econômicas

Sicom