

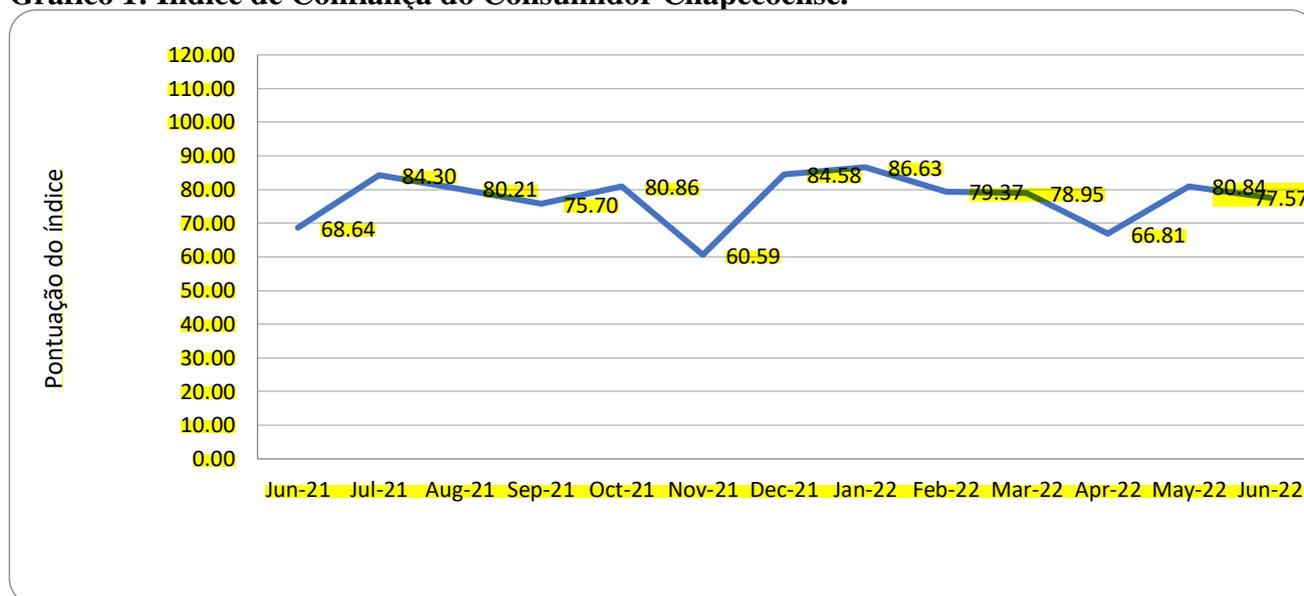
## ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR APRESENTA ESPECIFICIDADES PESSIMISTAS EM JUNHO DE 2022

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC) é calculado mensalmente pelo curso de Ciências Econômicas juntamente com o Sindicato do Comércio – Sicom, com dados referentes ao município de Chapecó-SC. Para o mês de maio, a amostra da pesquisa foi composta por 130 participantes. O levantamento foi realizado entre os dias 15 de maio e 5 de junho, por meio do Google Formulários.

Em maio, o **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)** apresentou variação de **-4,04%** em comparação ao mês de maio, diminuindo para **77,57 pontos**. Em relação a junho de 2021, houve variação positiva de 8,93 pontos (13%). A pontuação se manteve em Desconfiança (Desaceleração), segundo a taxonomia<sup>1</sup> como apresentado no boletim anterior.

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.

Com os dias dos namorados, domingo dia 12 de junho, os lojistas de Chapecó esperam uma data que movimente o comércio local, porém os dados mostram que o perfil do consumidor chapecoense apresenta fatores negativos em relação ao consumo nesse mês presente. Contudo se relacionado com o mesmo período do ano que antecede, o cenário pode ser considerado mais otimista. Ainda assim, a data de dia das mães apresentou indicadores maiores de pretensão de compras do que

<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).

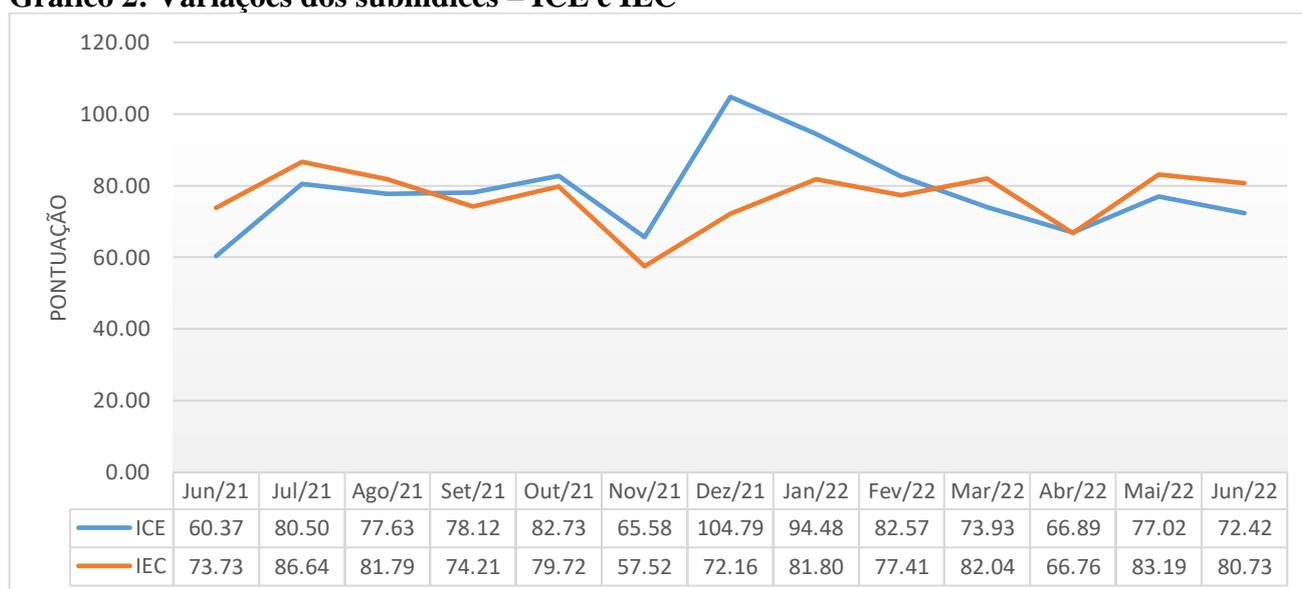
este período romântico do mês de junho, um dos fatores que influenciaram essa variação da pontuação na pesquisa.

Com uma variação negativa, os consumidores se mostraram menos confiantes em comparação ao mês de maio. Esse pessimismo pode ser associado ao sentimento de medo do consumidor chapecoense devido ao aumento dos casos em relação à pandemia da COVID-19 e outras doenças respiratórias por causa da chegada do frio, além dos casos de dengue no município. As incertezas em relação ao futuro, pode ter deixado o consumidor mais receoso com seu dinheiro.

O Índice de Condições Econômicas (ICE) apresentou uma variação de -5,97%, caindo para **72,42 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 maio.

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 queda em comparação ao mês anterior. O índice diminuiu para **80,73 pontos** neste mês, uma variação de -2,95%. Essa queda revela que os consumidores estão menos confiantes em relação aos próximos anos, em comparação ao último mês.

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



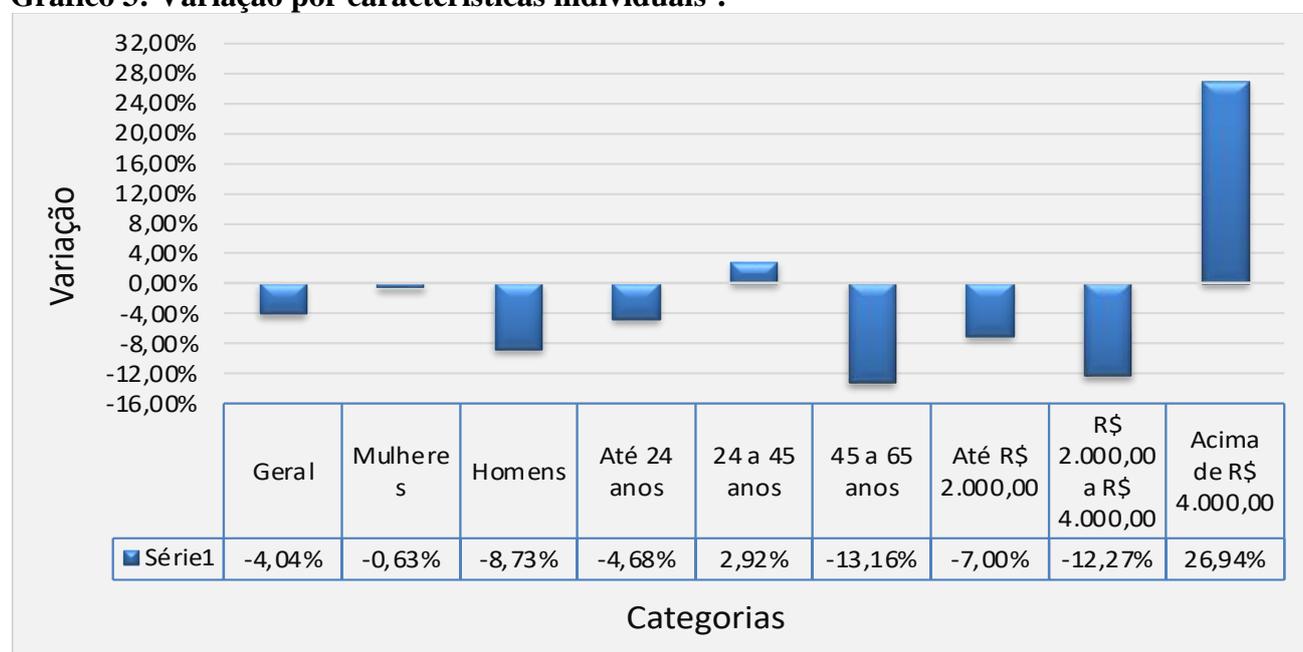
Fonte: Curso de Ciências Econômicas/Unochapecó e Sicom Pesquisas.

A média da renda dos participantes da pesquisa é de R\$ 4.576,56, enquanto em maio foi de R\$ 3.949,40. As expectativas de gastos extras aumentaram de R\$ 583,68 em maio para R\$ 627,60 neste mês. Já as expectativas de gastos pela internet, seguindo tendência contrária, diminuíram de R\$ 293,57 em maio para R\$ 270,36 neste mês de junho.

Analisando os grupos que compõem o ICC, apenas dois grupos apresentaram um saldo positivo em sua confiança. Tratando de sexo, as mulheres se mostraram mais pessimistas com variação de -0,63% enquanto os homens registraram variação de -8,73% na sua confiança. Em relação a renda, os consumidores com renda superior a R\$ 4.000,00 foram os mais otimistas (26,94%). Olhando para faixa etária dos participantes, os que possuem de 24 a 45 anos apresentaram maior aumento em sua confiança (2,92%).

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

**Gráfico 3: Variação por características individuais<sup>2</sup>.**



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

## HÁBITO DE CONSUMO PÓS-COVID-19

No presente mês de junho, **49,23%** dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto **8,46%** dos consumidores confirmaram que não pretende manter qualquer novo hábito. Ainda, **26,15%** dos participantes da pesquisa não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período e **16,15%** não souberam ou não quiseram responder.

- A pesquisa pode ser verificada no site: <http://www.sca.isr.umich.edu/>.
- A pesquisa foi adaptada da Survey of Consumers da Michigan University para a realidade do município de Chapecó e utiliza como base o mês de abril de 2013.

<sup>2</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.



Realização e entidades envolvidas

**Bruna Furlanetto**

**Cássia Heloisa Ternus**

**Maria C. B. Magri**

**Douglas Junior Pires da Silva**

Coordenadora do projeto

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

Bolsista

Sicom