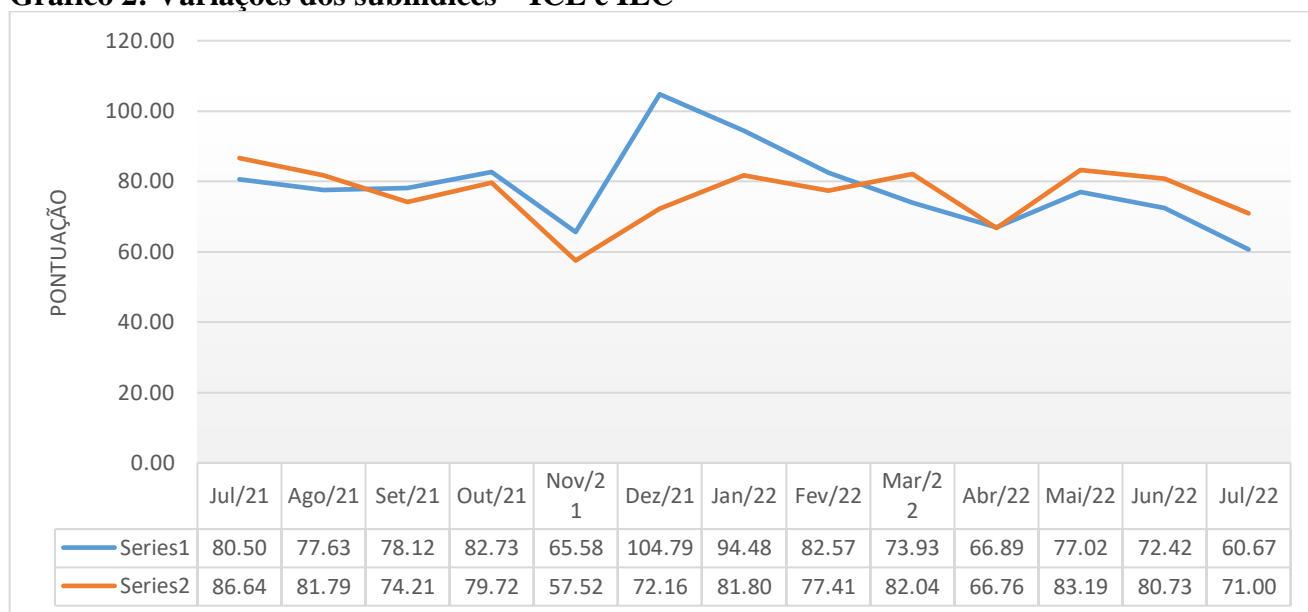


o aumento do custo de vida, o consumidor tem passado a pensar mais antes de decidir gastar ou não seu dinheiro, bem como com o que gastar.

Na sequência, o Índice de Condições Econômicas (ICE) apresentou uma variação de -16,23%, caindo para **60,67 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 junho.

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 **71,00 pontos** neste mês, uma variação de -12,05%. 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.

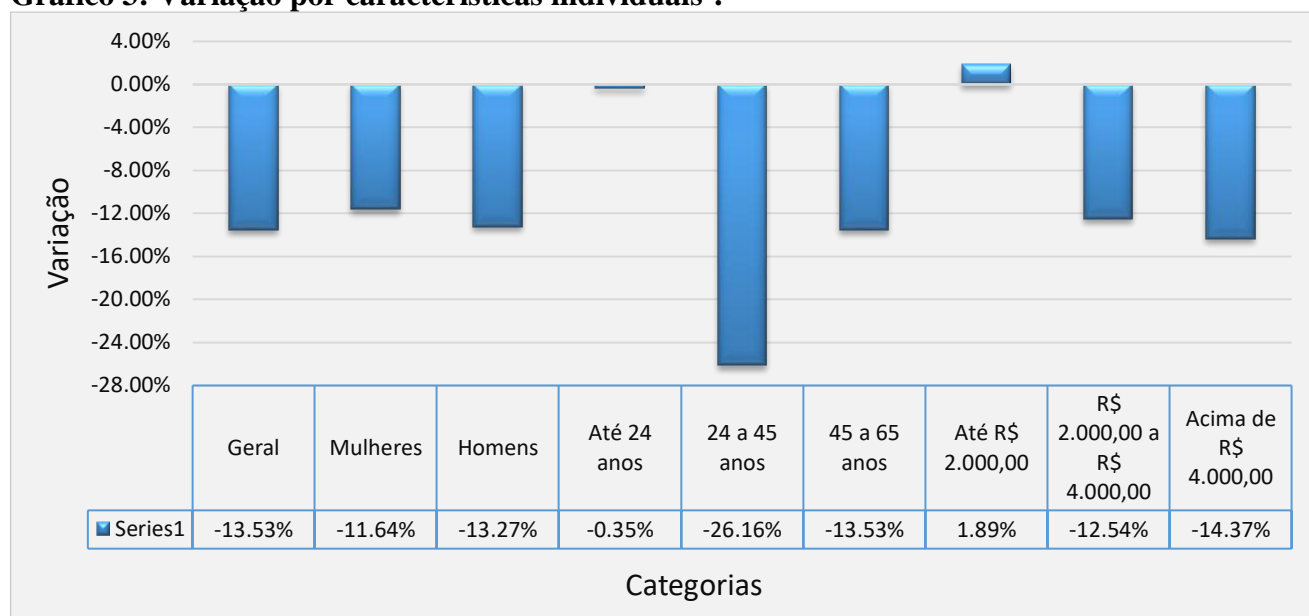
A média da renda dos participantes da pesquisa é de R\$ 4.442,02, enquanto em junho foi de R\$ 4.576,57. As expectativas de gastos extras diminuíram de R\$ 627,60 em junho para R\$ 588,26 neste mês. Já as expectativas de gastos pela internet, seguindo tendência contrária, diminuíram de R\$ 270,36 em junho para R\$ 236,89 neste mês de julho.

Analisando os grupos que compõem o ICC, apenas um grupo apresentou saldo positivo em sua confiança. Tratando de sexo, os homens se mostraram mais pessimistas com variação de -13,27% enquanto as mulheres registraram variação de -11,64% na sua confiança. Em relação a renda, os consumidores com renda até R\$ 2.000,00 foram os mais otimistas (1,89%), ainda que com variação

pouco expressiva. Olhando para faixa etária dos participantes, os que possuem até 24 anos foram os que apresentaram o menor índice de confiança em relação ao grupo de participantes (-26,16%).

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 junho, **56,36%** dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto **10,91%** dos consumidores confirmaram que não pretende manter qualquer novo hábito. Ainda, **15,45%** dos participantes da pesquisa não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período e **17,257%** 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.

Realização e entidades envolvidas

Bruna Furlanetto

Cássia Heloisa Ternus

Maria C. B. Magri

Douglas Junior Pires da Silva

Coordenadora do projeto

Profª. Responsável pelo ICC

Bolsista

Sicom

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.