

CONFIANÇA DOS CONSUMIDORES APRESENTA VARIAÇÃO POSITIVA EM ABRIL

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC), calculado para o município de Chapecó-SC, registrou uma variação de **6,86%** para este mês de abril, aumentando para **65,03 pontos**¹. Em comparação ao mesmo período do ano passado, o índice segue mostrando redução (-34,9%).

O curso de Ciências Econômicas juntamente com o Sindicato do Comércio – Sicom, por meio do Sicom pesquisas, divulgam o boletim com os resultados para o Índice de Confiança do Consumidor (ICC). A pesquisa foi adaptada da *Survey of Consumers da Michigan University*² para a realidade do município de Chapecó e utiliza como base o mês de abril de 2013³.

Neste mês, os consumidores chapecoenses se tornaram mais otimistas em relação às condições econômicas futuras e, principalmente, sobre suas perspectivas atuais. Um dos fatores que pode ter influenciado essa melhora nas perspectivas foi a confirmação e divulgação do cronograma da nova etapa do auxílio emergencial que beneficiará 45,6 milhões de brasileiros.

Segundo o Ministério da Economia o mês de fevereiro teve o melhor saldo de emprego em 30 anos, isso caracteriza maior renda e circulação de dinheiro que pode refletir agora em um aumento na confiança do consumidor, é uma narrativa que ganha força ao notar que os chapecoenses estão considerando a sua situação financeira atual melhor que a 12 meses atrás.

Os dados coletados mostram que 61,54% dos respondentes declararam estar mais preocupados com a Covid-19 do que estavam no mês anterior, ao passo que no mês de março em comparação a fevereiro a taxa foi de 75,83%. Ainda, 29,49% mantêm o nível de preocupação, enquanto 8,33% estão menos preocupados.

¹ Em virtude das restrições impostas pelo Covid-19, os dados entre os meses de maio de 2020 e março de 2021 foram coletados via *Google Forms*.

² A pesquisa pode ser verificada no site: <http://www.sca.isr.umich.edu/>

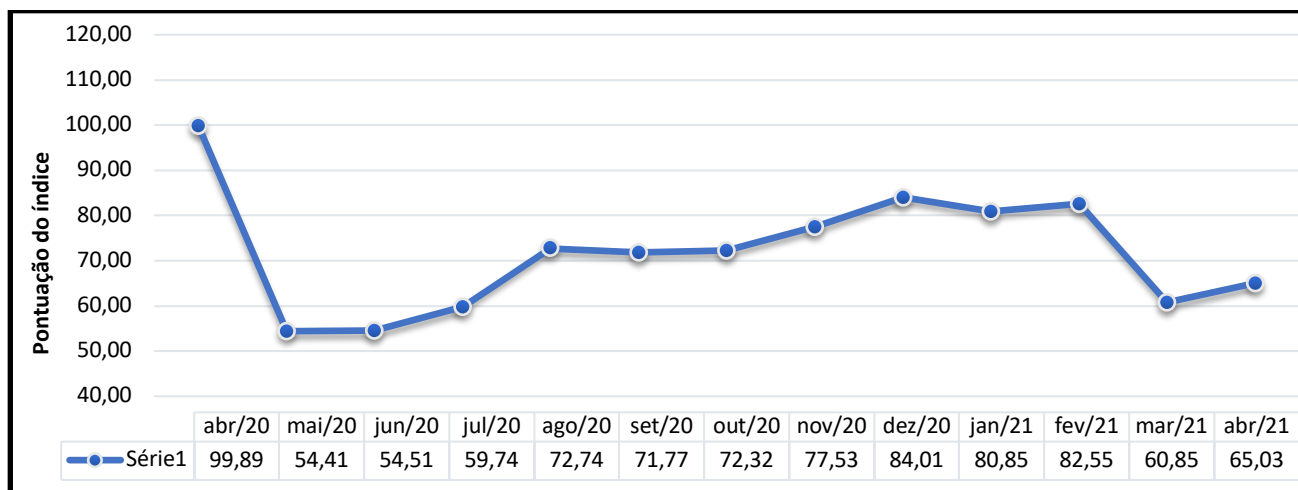
³ A confiança do consumidor foi mensurada, com periodicidade mensal, entre 2012 e 2016 pelo curso de Ciências Econômicas da Unochapecó, fato que valida o instrumento e permite utilizar a base histórica como referência para o cálculo.

De acordo com a Profa. Cássia Heloisa Ternus, o cenário ainda é bastante crítico, “Precisamos observar que o acréscimo de 6,86% é com base no mês de março em que a confiança dos consumidores caiu 26,28%, então é normal esperar uma variação positiva para abril. Ainda assim, o índice está em 65,03 pontos, representando retração da atividade econômica. Fatores como a redução do número de casos de Covid-19, ampliação no número de vacinados e reabertura do comércio contribuem com a explicação da variação positiva em abril de 2021”.

A amostra da pesquisa foi composta por 77 mulheres e 79 homens de diversas faixas etárias e classes de renda. A análise é segmentada também por características individuais dos consumidores: gênero, idade e renda. O levantamento foi realizado entre os dias 18 e 28 de março, por meio do Google Formulários.

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 Chapecoense⁴.



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

Em uma análise dos grupos que compõem o ICC, houve apenas variação negativa em dois grupos: consumidores com idade entre 45 e 65 anos (-26,47%) e

⁴ 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).

chapecoenses com renda entre R\$2.000,00 e R\$4.000,00 (-4,0%). Por outro lado, as variações positivas mais expressivas foram registradas pelos consumidores com idade entre 24 e 45 anos (19,44%); até 24 anos (15,39%) e com renda até R\$4.000,00 (12,36%).

O comportamento dos consumidores segmentado por características individuais pode ser observado na Tabela 1, a seguir.

Tabela 1: Histórico do Índice de Confiança do Consumidor Chapecoense

Índice de Confiança do Consumidor – ICC										
PERÍODO	CATEGORIAS									
	Geral	Mulheres	Homens	Até 24 anos	24 a 45 anos	45 a 65 anos	Acima de 65 anos	Até R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00 a R\$ 4.000,00	Acima de R\$ 4.000,00
ABR/20	99,89	93,39	98,41	92,29	95,93	96,67	138,46	97,96	84,06	100,72
	4,48%	5,19%	4,58%	4,12%	2,35%	5,16%	66,67%	13,50%	-11,09%	8,63%
MAI/20	54,41	51,20	53,45	53,61	53,44	49,91	30,75	53,07	52,00	48,52
	-45,53%	-45,17%	-45,69%	-41,91%	-44,29%	-48,37%	-77,79%	-45,82%	-38,14%	-51,82%
JUN/20	54,51	49,07	57,47	48,55	54,13	53,01	82,05	46,72	54,75	59,28
	0,17%	-4,16%	7,54%	-9,45%	1,28%	6,22%	166,80%	-11,96%	5,29%	22,18%
JUL/20	59,74	53,67	62,38	57,01	55,70	57,17	⁵	59,34	55,38	50,59
	9,60%	9,36%	8,54%	17,42%	2,91%	7,84%	-	27,00%	1,15%	-14,67%
AGO/20	72,74	59,03	80,88	64,73	69,28	82,21	-	55,66	70,15	78,30
	21,77%	10,00%	29,65%	13,54%	24,37%	43,80%	-	-6,20%	26,67%	54,79%
SET/20	71,77	66,41	71,71	64,24	69,64	81,42	-	63,21	68,89	79,94
	-1,34%	12,50%	-11,33%	-0,76%	0,53%	-0,96%	-	13,57%	-1,80%	2,09%
OUT/20	72,32	67,76	70,77	67,95	68,11	73,21	-	68,26	73,84	63,44
	0,77%	2,04%	-1,32%	5,78%	-2,20%	-10,08%	-	8,00%	7,19%	-20,63%
NOV/20	77,53	72,96	75,35	68,75	74,00	85,38	-	66,34	77,73	74,71
	7,21%	7,67%	6,47%	1,18%	8,64%	16,62%	-	-2,82%	5,26%	17,75%
DEZ/20	84,01	67,47	87,25	86,55	79,17	68,86	-	85,26	82,49	71,18
	8,37%	-7,53%	15,80%	25,88%	6,98%	-19,35%	-	28,52%	6,13%	-4,72%
JAN/21	80,85	70,08	85,47	67,35	82,97	77,96	-	66,66	81,20	81,11
	-3,77%	3,88%	-2,04%	-22,18%	4,80%	13,21%	-	-21,82%	-1,57%	13,95%
FEV/21	82,55	74,04	83,69	69,56	82,99	88,71	-	71,58	76,01	85,09
	2,10%	5,64%	-2,08%	3,27%	0,03%	13,79%	-	7,39%	-6,40%	4,91%
MAR/21	60,85	56,97	59,63	60,77	49,93	62,37	-	58,21	60,00	53,29
	-26,28%	-23,06%	-28,75%	-12,63%	-39,84%	-29,70%	-	-18,69%	-21,07%	-37,37%
ABR/21	65,03	59,88	63,60	70,13	59,64	45,86	-	64,41	57,60	59,88
	6,86%	5,12%	6,67%	15,39%	19,44%	-26,47%	-	10,66%	-4,00%	12,36%

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

⁵ A análise segmentada da confiança dos consumidores acima dos 65 anos foi inviável nos meses de julho de 2020 a abril de 2021 devido ao baixo número de respondentes desse grupo.

Neste mês de abril, a média da renda dos participantes da pesquisa é de R\$ 4.984,80, havendo aumento em comparação a março (R\$ 2.842,68). Seguindo a mesma tendência, a expectativa de gastos extras aumentou, partindo de R\$ 406,52 em março para R\$ 463,95 neste mês. Por outro lado, a expectativa de gastos pela internet diminuiu, resultando em R\$ 211,63 em abril, depois de ter registrado R\$ 222,10 no mês anterior.

COMPORTAMENTO DOS SUBÍNDICES

O **Índice de Condições Econômicas (ICE)**⁶ registrou uma variação positiva **13,49%** para março após três meses consecutivos de queda, levando o subíndice aos **68,76 pontos**. Os resultados indicam que os consumidores estão mais confiantes com relação às suas finanças e às condições para aquisição de bens duráveis, se comparado ao mês de março.

O **Índice de Expectativas de Consumo (IEC)**⁷ também aumentou neste mês, chegando aos **62,74 pontos**, correspondendo a uma variação de **2,82%** em relação a março. O IEC mensura o sentimento dos consumidores com relação ao futuro, tanto da situação econômica pessoal quanto do país como um todo. Dessa forma, essa redução revela que os consumidores estão menos confiantes em relação aos próximos anos se comparado a fevereiro.

O **Índice de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (IEIC)**⁸ permite sondar o nível de obrigações a pagar ou em atraso que o consumidor possa ter, como por exemplo: cartão de crédito, crédito em lojas, crédito consignado, cheque especial, financiamento de carro/moto, financiamento casa/apartamento e outras

⁶ O IEC mensura como os consumidores avaliam suas finanças e a conjuntura do país comparando-as com os últimos 12 meses.

⁷ O ICE avalia as expectativas dos consumidores com relação aos próximos 12 meses, levando em conta oportunidades de negócios, consumo e de conjuntura nacional para o futuro, fornecendo uma previsão do comportamento da demanda agregada municipal nos próximos meses.

⁸ O IEIC avalia o grau de endividamento e inadimplência dos consumidores chapecoenses no mês de referência da pesquisa, sendo útil para avaliar a capacidade de pagamento e aquisição de novas dívidas por parte dos agentes econômicos.

dívidas. A variação deste subíndice foi de **-7,94%** neste mês, levando o IEIC aos **120,07 pontos**. Este resultado é negativo e está alinhado com um aumento no nível de endividados e/ou inadimplentes do município. A Tabela 2 apresenta as variações dos subíndices.

Tabela 2: Variações dos subíndices

Período	Índice de Condições Econômicas	Variação	Índice de Expectativa de Consumo	Variação	Índice de Endividamento e Inadimplência	Variação
Abr/20	91,92	4,10%	104,81	4,70%	145,63	7,89%
Mai/20	55,38	-39,75%	53,82	-48,65%	113,86	-21,81%
Jun/20	58,13	4,96%	52,28	-2,85%	110,98	-2,53%
Jul/20	59,87	2,99%	59,66	14,11%	123,59	11,36%
Ago/20	71,64	19,66%	73,42	23,06%	136,65	10,57%
Set/20	68,89	-3,83%	73,53	0,15%	122,31	-10,49%
Out/20	63,62	-7,66%	77,66	5,61%	126,62	3,52%
Nov/20	80,84	27,07%	75,49	-2,79%	132,40	4,57%
Dez/20	94,29	16,64%	77,70	2,93%	122,93	-7,15%
Jan/21	88,21	-6,45%	76,33	-1,77%	129,19	5,09%
Fev/21	79,45	-9,92%	84,45	10,64%	127,04	-1,67%
Mar/21	60,58	-23,75%	61,02	-27,75%	129,51	1,94%
Abr/21	68,76	13,49%	62,74	2,82%	120,07	-7,29%

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

Dentre os 156 consumidores entrevistados, 77,56% têm alguma obrigação a pagar. Entre os endividados, 21 consumidores (17,36%) também revelaram que estão inadimplentes, ou seja, com dívidas em atraso, especialmente com cartão de crédito e financiamento.

HÁBITOS DE CONSUMO EM MEIO AO COVID-19

No presente mês de março, **54,49%** dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto **10,9%** confirmaram que não manterão qualquer novo hábito. Ainda, outra parte dos participantes da pesquisa (11,54%) não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período e 23,08% não souberam ou não quiseram, responder.

Adentrando na vida financeira dos consumidores, **58,97%** deles asseguraram que não houve alteração na sua renda em decorrência da pandemia, enquanto **34,62%** constataram diminuição na mesma e **6,41%** tiveram aumento na sua renda. Levando isto em conta, 19,23% dos participantes revelaram ter aumentado seus gastos extras em relação ao mês de março, 45,51% realizaram cortes de gastos extras, enquanto 10,9% realizaram cortes tanto em gastos extras como também em gastos essenciais, e outra parcela de 21,15% manteve o mesmo nível de gastos do mês anterior.

Realização e entidades envolvidas

Bruna Furlanetto

Cássia Heloisa Ternus

Gabriel Salvador

Eric Bressan

Douglas Junior Pires da Silva

Coordenadora do projeto

Profª. Responsável pelo ICC

Bolsista

Bolsista Voluntário

Sicom

05/04/2021