

APÓS ALTA EXPRESSIVA EM JULHO, A CONFIANÇA DOS CONSUMIDORES CHAPECONSES APRESENTA DECLÍNIO

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-SC¹. A amostra da pesquisa foi composta por 131 participantes 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 15 e 26 de julho, por meio do Google Formulários.

Neste mês de agosto o índice apresentou uma variação de **-4,86%** em comparação ao mês de julho, reduzindo para **80,21 pontos**. Em relação a agosto de 2020, houve variação positiva de 7,47 pontos (10,26%). O resultado para esse mês continua sendo de desconfiança, segundo a taxonomia¹.

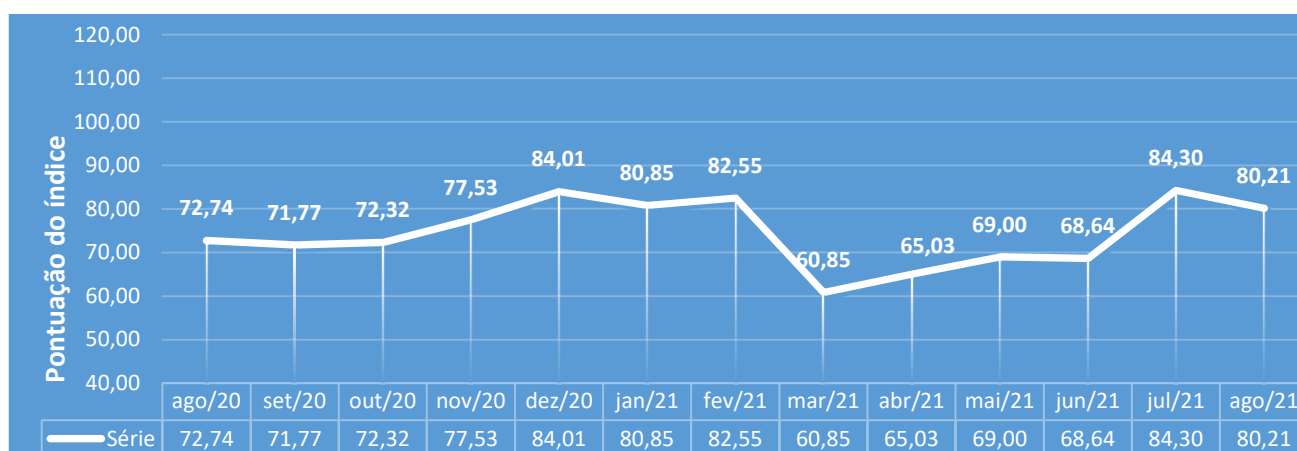
Conforme dados divulgados pelo Boletim Focus, a projeção do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) segue em alta, com expectativa de 6,56% neste ano de 2021, esta é a 16ª semana de alta na projeção da inflação. Isso reflete negativamente na confiança dos consumidores, que percebem constantemente esse aumento durante suas compras.

A instabilidade política brasileira direita é outro fator que repercute na confiança dos consumidores. Notícias como o aumento no fundo eleitoral em mais de 100% do valor anterior e a reaproximação com o centrão podem ser vistas como uma sustentação política e reeleição do atual presidente Jair Bolsonaro, isso acaba provocando insatisfação daqueles que não aprovam essas medidas, ampliando a percepção de instabilidade para o futuro.

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

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).

Gráfico 1: Índice de Confiança do Consumidor Chapecoense.



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

Analisando os grupos que compõem o ICC, em agosto apenas o grupo de mulheres apresentou variação positiva (2,26%). O maior pessimismo vem de consumidores homens (-11,71%) e consumidores que recebem de R\$ 2.000,00 a R\$ 4.000,00 (9,49%).

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 Chapecoense².

Índice de Confiança do Consumidor – ICC									
PERÍODO	CATEGORIAS								
	Geral	Mulheres	Homens	Até 24 anos	24 a 45 anos	45 a 65 anos	Até R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00 a R\$ 4.000,00	Acima de R\$ 4.000,00
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 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.

	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%
MAI/21	69,00	63,39	71,57	65,70	66,39	58,47	64,07	63,60	67,51
	6,10%	5,86%	12,52%	-6,31%	11,33%	27,50%	-0,52%	10,42%	12,74%
JUN/21	68,65	64,84	76,12	63,78	72,49	74,19	59,18	69,77	75,69
	-0,51%	2,28%	6,36%	-2,92%	9,19%	26,89%	-7,63%	9,70%	12,12%
JUL/21	84,30	74,96	85,92	77,26	78,00	90,43	71,79	80,91	83,95
	22,81%	15,62%	12,87%	21,13%	7,60%	21,88%	21,31%	15,97%	10,91%
AGO/21	80,21	76,66	75,86	72,25	73,09	89,65	65,78	73,23	82,50
	-4,86%	2,26%	-11,71%	-6,49%	-6,29%	-0,86%	-8,38%	-9,49%	-1,73%

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

Neste mês de agosto, a média da renda dos participantes da pesquisa é de R\$ 4.651,94 havendo redução de -2,30% em comparação a julho. Seguindo tendência contrária, as expectativas de gastos extras aumentaram de R\$ 577,14 em julho para R\$ 655,46 neste mês. As expectativas de gastos pela internet também ampliaram em 64,59%, chegando a R\$ 381,03. Segundo o site IstoÉ³, um levantamento feito pelo Google com 800 entrevistados, mostra que mais de 60% dos consumidores que irão presentear no Dia dos Pais devem fazer compras pela internet, esse resultado pode explicar esse aumento expressivo nas expectativas de gastos pela internet.

COMPORTAMENTO DOS SUBÍNDICES

O **Índice de Condições Econômicas (ICE)** mensura como os consumidores avaliam suas finanças e a conjuntura do país comparando-as com os últimos 12 meses. Neste mês de agosto o ICE apresentou uma variação de -3,57%, reduzindo para **77,63 pontos**, este resultado mostra que os consumidores estão menos confiantes com as condições econômicas atuais.

O **Índice de Expectativas de Consumo (IEC)** mensura o sentimento dos consumidores com relação ao futuro, tanto da situação econômica pessoal quanto

³ <https://www.istoedinheiro.com.br/varejo-preve-aumento-de-32-nas-vendas-de-dia-dos-pais-veja-promocoes/>

do país como um todo. O resultado desse índice apresentou retração de -5,59%, caindo para **81,79 pontos**, essa redução revela que os consumidores estão menos confiantes em relação aos próximos meses, conforme discorrido na introdução deste boletim.

As variações dos subíndices no período de um ano podem ser observadas na tabela 2.

Tabela 2: Variações dos subíndices

Período	Índice de Condições Econômicas	Variação	Índice de Expectativa de Consumo	Variação
Ago/20	71,64	19,66%	73,42	23,06%
Set/20	68,89	-3,83%	73,53	0,15%
Out/20	63,62	-7,66%	77,66	5,61%
Nov/20	80,84	27,07%	75,49	-2,79%
Dez/20	94,29	16,64%	77,70	2,93%
Jan/21	88,21	-6,45%	76,33	-1,77%
Fev/21	79,45	-9,92%	84,45	10,64%
Mar/21	60,58	-23,75%	61,02	-27,75%
Abr/21	68,76	13,49%	62,74	2,82%
Mai/21	66,06	-3,93%	70,81	12,86%
Jun/21	60,37	-8,60%	73,73	4,12%
Jul/21	80,50	33,35%	86,64	17,51%
Ago/21	77,63	-3,57%	81,79	-5,59%

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

PESQUISA SAZONAL: COVID-19

Os dados coletados mostram que 9,16% dos respondentes declararam estar mais preocupados com a Covid-19 do que estavam no mês anterior, ao passo que no mês de julho em comparação a junho a taxa foi de 25,83%. Ainda, 44,27% mantiveram o nível de preocupação, enquanto 42,75% estão menos preocupados.

No presente mês de agosto, 57,25% dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto 13,74% confirmaram que não manterão qualquer novo hábito. Ainda, 11,45% dos participantes da pesquisa não modificaram qualquer

hábito de consumo durante este período e 17,56% não souberam ou não quiseram, responder.

Adentrando na vida financeira dos consumidores, **68,70%** deles asseguraram que não houve alteração na sua renda em decorrência da pandemia, enquanto **19,85%** constataram diminuição na mesma e **6,11%** tiveram aumento na sua renda, os demais não souberam ou não quiseram responder. Levando isto em conta, 28,24% dos participantes revelaram ter aumentado seus gastos extras em relação ao mês de julho, 32,06% realizaram cortes de gastos extras, enquanto 7,63% realizaram cortes tanto em gastos extras como também em gastos essenciais, e outra parcela de 31,30% manteve o nível de gastos do mês anterior.

Realização e entidades envolvidas

Bruna Furlanetto

Cássia Heloisa Ternus

Gabriel Salvador

Douglas Junior Pires da Silva

Coordenadora do projeto

Profª. Responsável pelo ICC

Bolsista

Sicom

-
- ¹ 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.