

CONFIANÇA DOS CONSUMIDORES CHAPECOENSES VOLTA A CRESCER

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC), calculado para o município de Chapecó-SC, registrou uma variação de **2,10%** para este mês de fevereiro, avançando para **82,55 pontos**¹. Em comparação ao mesmo período do ano passado, o índice segue mostrando redução (-14,45%).

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 passaram a olhar para o futuro de uma forma mais positiva, melhorando o otimismo principalmente em um horizonte de tempo mais longo, de cinco anos. Um fator importante para esta melhora é o início da vacinação no país, com isso, as pessoas estão mais confiantes de que em algum momento no futuro o vírus será superado e o país poderá se recuperar.

Por outro lado, os munícipes ficaram ainda mais pessimistas sobre as condições econômicas atuais, revelando que suas percepções são de que a 12 meses atrás suas situações financeiras estavam melhores e que não estão confiantes para adquirir bens que geralmente comprometem mais o orçamento familiar, como grandes eletrodomésticos, armários e outros. Alguns fatores que podem ter reforçado essa visão pessimista no presente são: as turbulências políticas e acusações de corrupção; a situação de Manaus; e ameaças de uma nova greve por parte dos caminhoneiros.

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

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

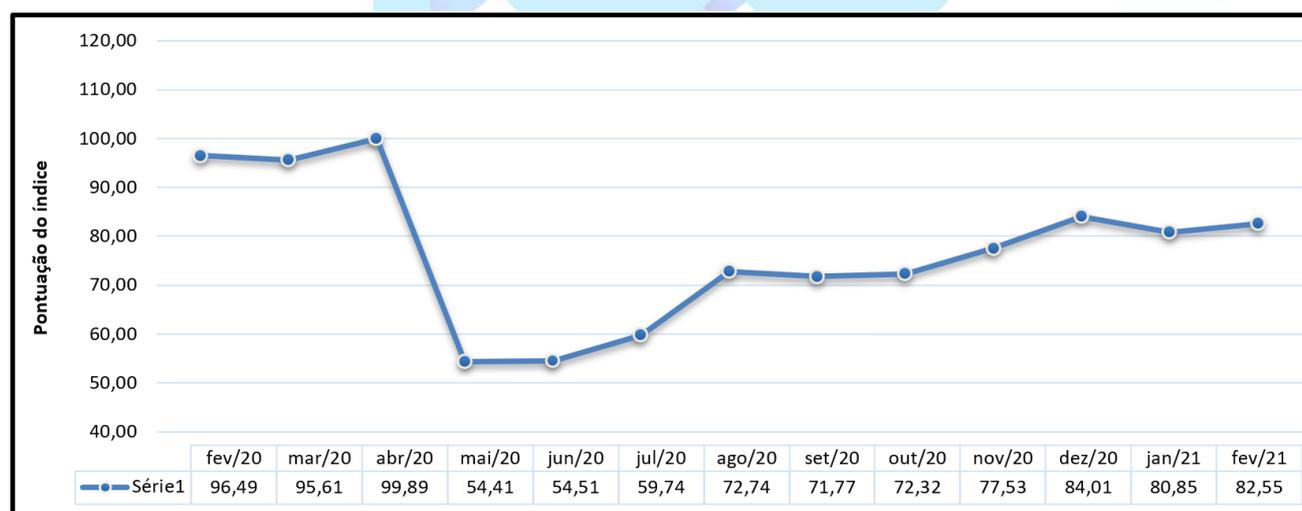
3 A confiança do consumidor foi mensurada, com periodicidade mensal, entre 2012 e 2016 pelo curso de Ciências Econômicas da Unochapecó, fato que valida o instrumento e permite utilizar a base histórica como referência para o cálculo.

Desta vez, os dados coletados mostram que os chapecoenses estão menos preocupados com o COVID-19 no mês de fevereiro, 37,50% dos respondentes declararam estar menos preocupados com o vírus do que estavam no mês anterior, 44,00% mantêm o mesmo nível de preocupação, 18,50% estão mais preocupados e 2,54% não souberam ou optaram por não responder.

A amostra da pesquisa foi composta por 108 mulheres e 92 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 20 a 28 de janeiro, por meio do Google Formulários.

A representação das oscilações mensais do Índice de Confiança do Consumidor é apresentada 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, as maiores variações positivas foram: consumidores com idade entre 45 a 65 anos (13,79%), seguidos pelas pessoas que têm renda inferior a R\$ 2.000,00 (7,39%) e pelas mulheres (5,64%). Em contrapartida, os grupos que apresentaram as variações negativas mais expressivas

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).

foram: pessoas com renda entre R\$ 2.000,00 e R\$ 4.000,00 (-6,40%) e o grupo masculino (-2,08%).

O comportamento dos consumidores segmentado por características 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
FEV/20	96,49	90,47	93,22	90,31	93,20	95,11	97,44	86,45	84,70	98,48
	-5,78%	-4,14%	-8,76%	-6,18%	-6,55%	-4,88%	13,68%	-6,77%	-10,13%	-1,51%
MAR/20	95,61	88,78	94,09	88,64	93,72	91,92	83,08	86,30	94,54	92,72
	-0,91%	-1,86%	0,93%	-1,85%	0,56%	-3,35%	-14,74%	-0,17%	11,62%	-5,85%
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%

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

Neste mês de fevereiro, a média da renda dos participantes da pesquisa é de R\$ 4.014,49, havendo incremento em comparação a janeiro (R\$ 3.499,47). Já a expectativa de gastos extras registrou aumento, partindo de R\$ 534,46 em janeiro para R\$ 708,39 neste mês. A expectativa de gastos pela internet também cresceu,

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

chegando em R\$ 189,10 em fevereiro, depois de ter registrado R\$ 181,20 no mês anterior.

COMPORTAMENTO DOS SUBÍNDICES

O **Índice de Condições Econômicas (ICE)**⁶ seguiu em queda e registrou a variação de **-9,92%** para fevereiro, levando o subíndice aos **79,45 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 janeiro.

O **Índice de Expectativas de Consumo (IEC)**⁷ apresentou elevação, chegando aos **84,45 pontos**, correspondendo a uma variação de **10,64%** em relação a janeiro. 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 elevação revela que os consumidores estão mais confiantes em relação aos próximos anos se comparado a janeiro.

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 dívidas. A variação deste subíndice foi de **-1,67%** neste mês, levando o IEIC aos **127,04 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.

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.

Tabela 2: Variações dos subíndices

Período	Índice de Condições Econômicas	Variação	Índice de Expectativa de Consumo	Variação	Índice de Endividamento e Inadimplência	Variação
Fev/20	98,35	-2,96%	95,35	-7,49%	141,60	4,76%
Mar/20	88,30	-10,22%	100,10	4,98%	134,97	-4,68%
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%

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

Dentre os 200 consumidores entrevistados, 81,00% têm alguma obrigação a pagar. Entre os endividados, 12 consumidores (7,30%) também revelaram que estão inadimplentes, ou seja, com obrigações em atraso, especialmente com cartão de crédito e crédito em lojas.

VOLTA ÀS AULAS

O início das aulas está próximo e, naturalmente, as pessoas se preparam para retomada das atividades escolares. Diante disso, a pesquisa de fevereiro incluiu um levantamento do valor que os entrevistados gastaram ou estavam dispostos a gastar com material escolar.

Dentre 200 respondentes, 27,00% disseram que gastariam com materiais escolares nos próximos dias, enquanto 8,50% revelaram já terem feito suas compras. Ainda de acordo com os entrevistados, a média de gastos com materiais escolares será de R\$ 206,40 para aqueles que ainda não realizaram suas compras. Ao fazer um paralelo comparativo com o ano anterior, nota-se que o gasto médio diminuiu no presente ano de 2021, sendo de R\$ 281,52 em 2020. Sobre a forma de pagamento, no ano passado 63,20% dos entrevistados preferiam pagar em dinheiro e 16,00% com cartão de crédito, e já no ano atual foi demonstrada preferência equivalente pelo pagamento em dinheiro e em cartão de crédito, com cada

método conquistando 35,21% dos consumidores, sendo estes os métodos de pagamento favoritos dos chapecoenses, e em seguida surge o cartão de débito, com 28,17% de adesão. Sendo assim, também é possível perceber uma perda na força dos meios de pagamento mais imediatos, que juntamente com a diminuição na média de gastos mostra um pouco da fragilidade econômica que é enfrentada no momento atual, com uma confiança dos consumidores ainda afetada negativamente pela pandemia.

Em geral, os consumidores já estão preparados para os gastos com esta finalidade e, por isso, muitas vezes reservam parte do 13º salário ou férias para garantir a compra à vista, ganhar descontos e não comprometer o orçamento familiar. Mesmo assim, dentre os entrevistados com intenção de consumo destes bens, 78,87% indicaram que fizeram pesquisa de preço e/ou que ainda fariam antes de efetivar a compra

HÁBITOS DE CONSUMO EM MEIO AO COVID-19

No presente mês de fevereiro, **55,50%** dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto **9,50%** confirmaram que não manterão qualquer novo hábito. Ainda, outra parte dos participantes da pesquisa (18,50%) não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período e 18,50% não souberam, ou não quiseram, responder.

Adentrando na vida financeira dos consumidores, **51,50%** deles asseguraram que não houve alteração na sua renda em decorrência da pandemia, enquanto **32,50%** constatarem diminuição na mesma, **13,50%** tiveram aumento na sua renda e 2,50% não souberam ou optaram por não responder. Levando isto em conta, 27,00% dos participantes revelaram ter aumentado seus gastos extras em relação ao mês de janeiro, 31,00% realizaram cortes de gastos extras e outros 2,50% assinalaram ter cortado gastos essenciais, enquanto 9,00% realizaram cortes tanto em gastos extras como também em gastos essenciais, e outra parcela de 30,50% manteve o mesmo nível de gastos do mês anterior.

ICC

Índice de Confiança do Consumidor

Realização e entidades envolvidas

Bruna Furlanetto

Cássia Heloisa Ternus

Eric Bressan

Douglas Junior Pires da Silva

Coordenadora do projeto
Profª. Responsável pelo ICC
Bolsista
Sicom

02/02/2021