

## **CONFIANÇA DOS CONSUMIDORES SURPREENDE E APRESENTA MAIOR VARIAÇÃO POSITIVA EM 15 MESES.**

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-SC<sup>i</sup>. A amostra da pesquisa foi composta por 151 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 14 e 26 de junho, por meio do Google Formulários.

Neste mês de julho o índice apresentou uma variação de **22,81%** em comparação ao mês de junho, aumentando para **84,30 pontos**, o maior valor desde abril de 2020 (99,89 pontos). Em relação a julho de 2020 houve variação positiva de 24,56 pontos (41,11%). O resultado para esse mês continua sendo de desconfiança, mas segundo a taxonomia<sup>1</sup>, passa de um cenário de recessão para de desaceleração, indicando melhoria.

A persistência da alta taxa inflacionária preocupa o cenário econômico brasileiro e o Comitê de Política Monetária (Copom) interveio por meio do aumento na Taxa Selic. Este aumento elevou a taxa básica de juros partindo de 3,5% a.a. para 4,25% a.a. no dia 16 de junho de 2021, com previsão de alta de 0,75% a.a. para próxima reunião.

Em poucos dias o mercado sinalizou a consequência dessa redução da taxa de juros com a valorização do real frente ao dólar, que ficou a baixo de R\$ 5,00 pela primeira vez em um ano. Este fator ocorre, em partes, porque os investidores buscam maiores lucros, assim, a elevação da taxa de juros atrai capital para investimento na economia brasileira.

---

<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).

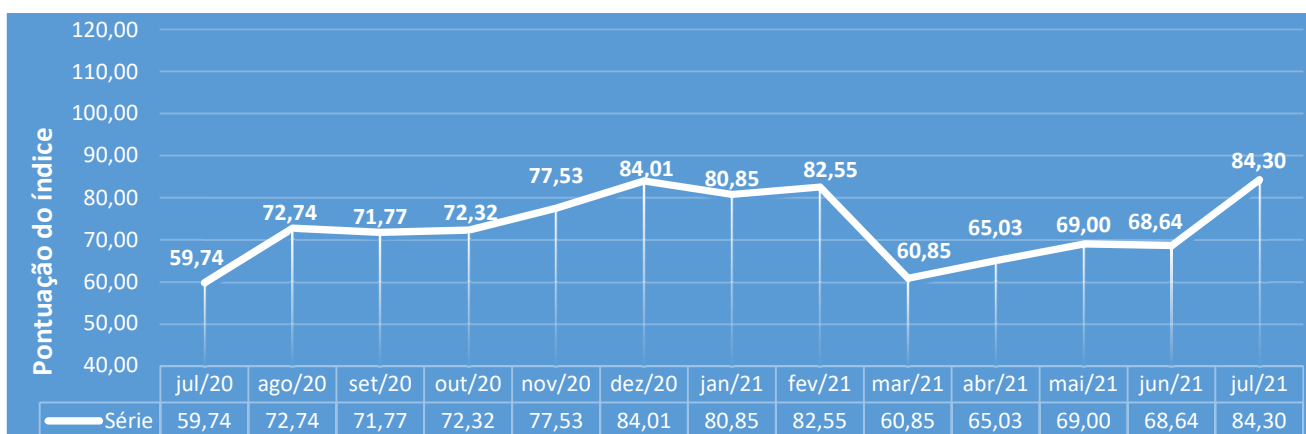
Atualmente a taxa de juros dos EUA é aproximadamente 0,25% a.a. e sua taxa de inflação atinge o maior aumento anual chegando a 5%, maior nível de inflação desde agosto de 2008, quando aconteceu a crise do subprime americano. Essa alta na taxa de inflação pode sinalizar que o FED, Banco Central Dos EUA, tenha que aumentar a taxa de juros, e se isso acontecer é provável que o real volte a se desvalorizar frente ao dólar.

Esses fatores podem ter motivado os consumidores a serem mais otimistas em relação a nossa situação atual e futura, a cotação do dólar muitas vezes é utilizada para observar o desempenho da economia brasileira. Outro motivo é a expectativa que com o aumento na Taxa Selic haja redução na inflação e os preços fiquem mais acessíveis os consumidores.

Além disso, a Profa. Cássia Ternus destaca que “Fatores locais, como a ampliação da vacinação e redução na taxa de óbitos pela Covid-19, também são fatores que contribuem para a confiança dos consumidores ampliar.”

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.

Analisando os grupos que compõem o ICC, em julho todos apresentaram variação positiva. As variações mais significativas foram de consumidores com idade entre 45 e 65 anos (21,88%) esse resultado ficou próximo de consumidores com até 24 anos (21,13%). Em questão de renda, o maior otimismo vem de consumidores que recebem até R\$ 2.000,00 (21,31%).

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<sup>2</sup>.**

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
<b>JUL/20</b>	59,74	53,67	62,38	57,01	55,70	57,17	59,34	55,38	50,59
	9,60%	9,36%	8,54%	17,42%	2,91%	7,84%	27,00%	1,15%	-14,67%
<b>AGO/20</b>	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%
<b>SET/20</b>	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%
<b>OUT/20</b>	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%
<b>NOV/20</b>	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%
<b>DEZ/20</b>	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%
<b>JAN/21</b>	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%
<b>FEV/21</b>	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%
<b>MAR/21</b>	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%
<b>ABR/21</b>	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%
<b>MAI/21</b>	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%
<b>JUN/21</b>	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%
<b>JUL/22</b>	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%

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

Neste mês de julho, a média da renda dos participantes da pesquisa é de R\$ 4.761,81 havendo aumento de 11,3% em comparação a junho. Seguindo tendência contrária a expectativa de gastos extras reduziu de R\$ 726,58 em junho para R\$ 577,14 neste mês. A expectativa de gastos pela internet aumentou 12,41%, chegando em R\$ 231,49.

<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.

## 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 julho o ICE apresentou uma variação de (33,35%) chegando a **80,50 pontos**, resultado bastante expressivo, mostra que os consumidores estão mais 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 do país como um todo. O resultado desse índice apresentou alta de 17,51% subindo para **86,64 pontos**, esse aumento revela que os consumidores estão mais confiantes em relação aos próximos meses.

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
Jul/20	59,87	2,99%	59,66	14,11%
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%

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

## PESQUISA SAZONAL: COVID-19

Os dados coletados mostram que 25,83% dos respondentes declararam estar mais preocupados com a Covid-19 do que estavam no mês anterior, ao passo que no mês de junho em comparação a maio a taxa foi de 21,51%. Ainda, 44,37% mantiveram o nível de preocupação, enquanto 28,48% estão menos preocupados.

No presente mês de julho, 61,59% dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto 10,6% confirmaram que não manterão qualquer novo hábito. Ainda, outra parte dos participantes da pesquisa (10,6%) não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período 17,22% não souberam ou não quiseram, responder.

Adentrando na vida financeira dos consumidores, **60,93%** deles asseguraram que não houve alteração na sua renda em decorrência da pandemia, enquanto **22,52%** constataram diminuição na mesma e **9,93%** tiveram aumento na sua renda. Levando isto em conta, 29,80% dos participantes revelaram ter aumentado seus gastos extras em relação ao mês de junho, 33,11% realizaram cortes de gastos extras, enquanto 6,62% realizaram cortes tanto em gastos extras como também em gastos essenciais, e outra parcela de 27,81% manteve o mesmo 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

- <sup>i</sup> A pesquisa pode ser verificada no site: <http://www.sca.isr.umich.edu/>.
- A pesquisa foi adaptada da Survey of Consumers da Michigan University<sup>i</sup> 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.