

MAIS UMA QUEDA HISTÓRICA NA CONFIANÇA DOS CONSUMIDORES CHAPECOENSES

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC), calculado para o município de Chapecó-SC, registrou uma variação de **-26,28%** para este mês de março, recuando para **60,85 pontos**¹. Em comparação ao mesmo período do ano passado, o índice segue mostrando redução (-36,35%). Com esta redução no índice, o ICC alcançou o quarto menor valor de toda série histórica, sendo também a segunda variação mais expressiva já registrada, ficando atrás somente do mês de maio de 2020 (-45,53%), que foi o primeiro mês a registrar os efeitos negativos da pandemia sobre a confiança dos consumidores chapecoenses.

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 pessimistas em relação às condições econômicas atuais e também sobre suas perspectivas para o futuro. Esse comportamento parece ter uma ligação com um considerável aumento na preocupação com o cenário da pandemia, que no mês fevereiro registrou aumento no contágio em níveis alarmantes para a cidade, gerando grande preocupação em relação a capacidade do sistema de saúde local.

Os dados coletados mostram que os chapecoenses estão mais preocupados com o COVID-19 neste mês, 75,83% dos respondentes declararam estar mais preocupados com o vírus do que estavam no mês anterior, 18,33% mantêm o mesmo nível de preocupação, enquanto 5,83% 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.

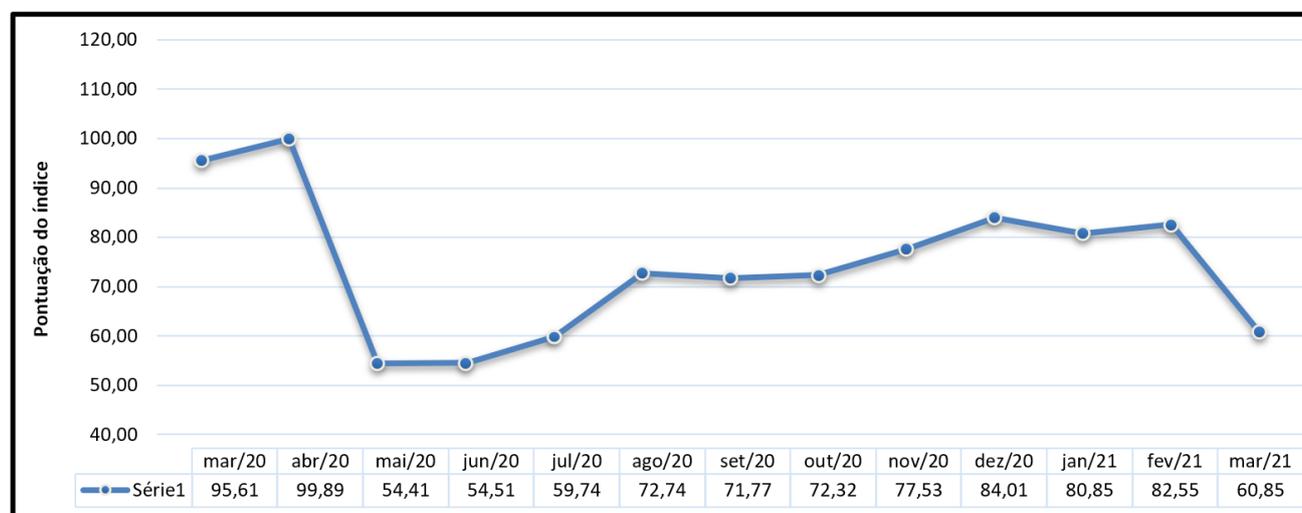
De acordo com a Profa. Cássia H. Ternus “As dificuldades observadas na saúde pública implicam diretamente na confiança dos consumidores e, conseqüentemente, na economia como um todo. Quase todas as respostas deste mês foram coletadas antes do *lockdown parcial* em Chapecó-SC, com isso, podemos perceber que, embora as atividades econômicas estivessem funcionando dentro de uma normalidade, a confiança dos consumidores estava significativamente menor. Logo, se não tivermos condições mínimas de saúde para a população, a economia também irá sofrer.”

Com relação ao aspecto econômico, tem-se que o projeto para autonomia do Banco Central foi aprovado pelo congresso em fevereiro, mas o mês também apresentou turbulências envolvendo a troca de diretores da Petrobrás. Além do mais, fevereiro (mês em que foi feita a coleta de dados) é um mês que possui fama de ser mais calmo para o comércio, no geral, e isso também pode ter influenciado negativamente a percepção dos consumidores.

A amostra da pesquisa foi composta por 73 mulheres e 47 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 12 e 24 de fevereiro, 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, as variações negativas mais expressivas foram entre: os consumidores com idade entre 24 e 45 anos (-39,84%), aqueles com renda acima de R\$ 4.000,00 (-37,37%) e as pessoas que têm entre 45 e 65 anos (-29,70%). Neste mês, nenhum dos grupos apresentou variação positiva.

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

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).

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
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%
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%

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

Neste mês de março, a média da renda dos participantes da pesquisa é de R\$ 2.842,68, havendo redução em comparação a março (R\$ 4.014,49). Seguindo a mesma tendência, e provavelmente influenciada pela queda na renda, a expectativa de gastos extras reduziu, partindo de R\$ 708,39 em fevereiro para R\$ 406,52 neste mês. Por outro lado, a expectativa de gastos pela internet cresceu, chegando em R\$ 222,10 em março, depois de ter registrado R\$ 189,10 no mês anterior. Este padrão de redução na renda e gastos extras e aumento nas compras pela internet já foi observado outras vezes, no período inicial da pandemia. A

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

provável explicação é de que o crescimento das incertezas enfraquece a economia, influenciando negativamente gastos e empregos, e ao mesmo tempo revela que as pessoas podem estar recorrendo à internet como uma forma de menor exposição social para concretizar seu consumo.

COMPORTAMENTO DOS SUBÍNDICES

O **Índice de Condições Econômicas (ICE)**⁶ seguiu em queda e registrou a variação de **-23,75%** para março, levando o subíndice aos **60,58 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 fevereiro.

O **Índice de Expectativas de Consumo (IEC)**⁷ também reduziu neste mês, chegando aos **61,02 pontos**, correspondendo a uma variação de **-27,75%** em relação a fevereiro. 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 dívidas. A variação deste subíndice foi de **1,94%** neste mês, levando o IEIC aos **129,51 pontos**. Este resultado é positivo e está alinhado com uma diminuição no nível de

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.

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
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%
Mar/21	60,58	-23,75%	61,02	-27,75%	129,51	1,94%

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

Dentre os 120 consumidores entrevistados, 75,83% têm alguma obrigação a pagar. Entre os endividados, 9 consumidores (9,57%) também revelaram que estão inadimplentes, ou seja, com dívidas em atraso, especialmente com cartão de crédito e crédito em lojas.

HÁBITOS DE CONSUMO EM MEIO AO COVID-19

No presente mês de março, **56,67%** dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto **10,00%** confirmaram que não manterão qualquer novo hábito. Ainda, outra parte dos participantes da pesquisa (12,50%) não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período e 20,83% não souberam, ou não quiseram, responder.

Adentrando na vida financeira dos consumidores, **58,33%** deles asseguraram que não houve alteração na sua renda em decorrência da pandemia, enquanto **32,50%** constataram diminuição na mesma, **2,50%** tiveram aumento na sua renda e

6,67% não souberam ou optaram por não responder. Levando isto em conta, 26,67% dos participantes revelaram ter aumentado seus gastos extras em relação ao mês de fevereiro, 47,50% realizaram cortes de gastos extras, enquanto 10,83% realizaram cortes tanto em gastos extras como também em gastos essenciais, e outra parcela de 15,00% manteve o mesmo nível de gastos do mês anterior.

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

03/03/2021