

CHAPECOENSES CONTINUAM RETOMANDO A CONFIANÇA

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC), calculado para o município de Chapecó-SC, registrou aumento de **7,21%**, levando o índice aos **77,53 pontos¹** neste mês de novembro. Já em relação ao mesmo período do ano passado, o índice segue mostrando queda (-16,24%).

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 University²* para a realidade do município de Chapecó e utiliza como base o mês de abril de 2013³.

Neste mês, o resultado positivo do índice é explicado por uma melhora na percepção dos consumidores sobre a condição atual da economia de suas famílias e do país. O otimismo em relação a esse aspecto pode ter surgido com a retomada de diversas atividades no município, que possibilitaria uma ascensão econômica e geração de empregos. Segundo dados recentes do CAGED⁴, Chapecó apresenta um saldo positivo de quase 800 empregos no mês de setembro e com uma recuperação contínua na criação de empregos mais renda é gerada no município e possibilita que mais renda seja gasta também, acelerando a movimentação do fluxo econômico.

Além do mais, 45,8% dos respondentes declararam estar menos preocupados com o novo coronavírus neste mês do que estavam no mês anterior, 45,1% mantêm o mesmo nível de preocupação, 8,5% estão mais preocupados. Ainda, 0,7% não souberam ou optaram por não responder.

Neste mês, a amostra da pesquisa foi composta por 104 mulheres e 68 homens de diversas faixas etárias e classes de renda. A análise é segmentada também por

1 Em virtude das restrições impostas pelo Covid-19, os dados referentes aos meses de maio, junho, julho, agosto, setembro, outubro e novembro foram coletados via *Google Forms*.

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

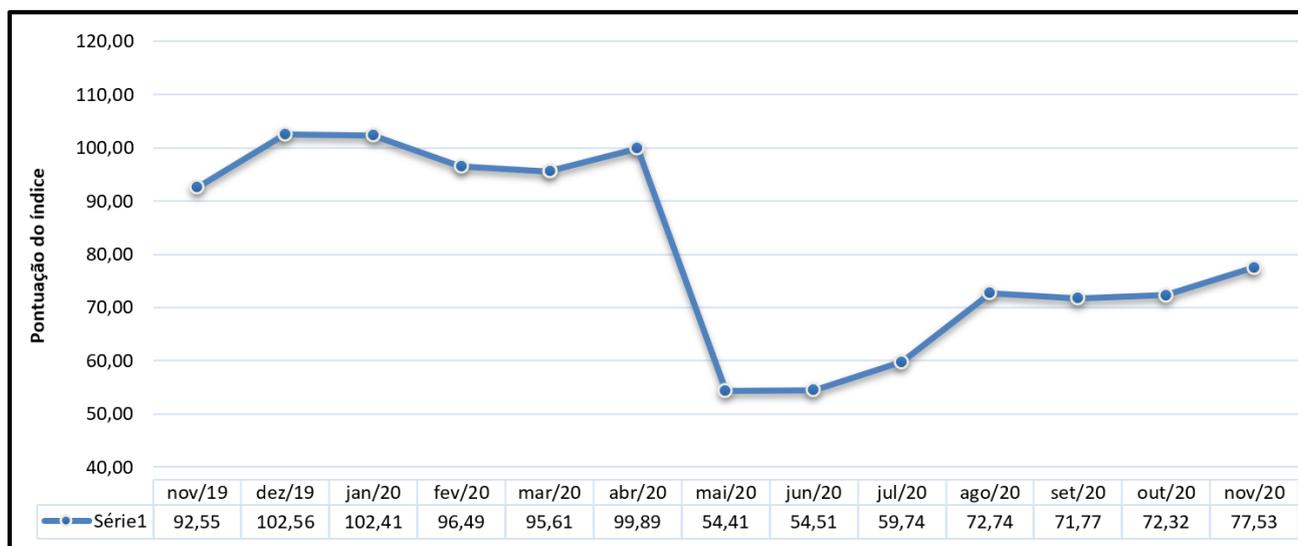
3 A confiança do consumidor foi mensurada, com periodicidade mensal, entre 2012 e 2016 pelo curso de Ciências Econômicas da Unochapecó, fato que valida o instrumento e permite utilizar a base histórica como referência para o cálculo.

4 Dados disponíveis em: <http://pdet.mte.gov.br/novo-caged?view=default>

características individuais dos consumidores: gênero, idade e renda. O levantamento foi realizado entre os dias 15 a 28 de outubro, 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 Chapecoense⁵.



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

Em uma análise dos grupos que compõem o ICC, as maiores variações positivas foram: consumidores que possuem renda superior a R\$ 4.000,00 (17,57%), seguidos pelas pessoas com idade entre 45 e 65 anos (16,62%) e pelo grupo dos indivíduos que têm entre 24 e 45 anos (8,64%). Por outro lado, o grupo com renda inferior a R\$ 2.000,00 foi o único a apresentar uma variação negativa (-2,82%).

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

5 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
NOV/19	92,55	87,55	88,64	85,78	90,39	88,56	85,90	80,79	88,73	85,70
	-2,74%	-5,20%	0,38%	-10,15%	-1,06%	6,07%	-2,29%	-8,26%	6,30%	-7,08%
DEZ/19	102,56	92,85	105,25	96,12	100,45	95,83	88,46	89,56	93,24	109,39
	-0,14%	1,64%	-2,93%	0,15%	-0,72%	4,33%	-3,11%	3,54%	1,08%	-8,60%
JAN/20	102,41	94,37	102,17	96,26	99,73	99,98	85,71	92,73	94,25	99,99
	-0,14%	1,64%	-2,93%	0,15%	-0,72%	4,33%	-3,11%	3,54%	1,08%	-8,60%
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	- ⁶	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	84,62	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%

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

Neste mês de novembro, a média da renda dos participantes da pesquisa resultou em R\$ 3.355,00, ocorrendo redução em comparação ao mês de outubro (R\$ 3.650,88). Também houve retração na expectativa de gastos extras, que era de R\$ 527,27 em outubro e é de R\$ 422,14 neste mês. Em relação a expectativa de gastos pela internet houve aumento dos R\$ 161,08 do mês anterior, alcançando R\$ 251,56 neste mês.

⁶ A análise segmentada da confiança dos consumidores acima dos 65 anos foi inviável nos meses de julho, agosto, outubro e novembro devido ao baixo número de respondentes desse grupo.

COMPORTAMENTO DOS SUBÍNDICES

O **Índice de Condições Econômicas (ICE)**⁷ registrou elevação, alcançando **80,84 pontos** neste mês de novembro, uma variação de **27,07%** em relação ao mês passado. 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 outubro.

O **Índice de Expectativas de Consumo (IEC)**⁸ apresentou **75,49 pontos**, correspondendo a uma variação de **-2,79%** em relação a outubro. 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 meses e anos se comparado a outubro.

O **Índice de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (IEIC)**⁹ 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 para este subíndice foi de **4,57%** neste mês, levando o IEIC aos **132,40 pontos**. Este resultado é positivo e está alinhado com uma diminuição do nível de endividados e inadimplentes do município. A Tabela 2 apresenta as variações dos subíndices.

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

8 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.

9 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
Nov/19	87,92	-1,89%	95,40	-3,21%	129,15	2,79%
Dez/19	104,45	18,80%	101,39	6,28%	143,66	11,24%
Jan/20	101,35	-2,97%	103,06	1,65%	135,17	-5,91%
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%

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

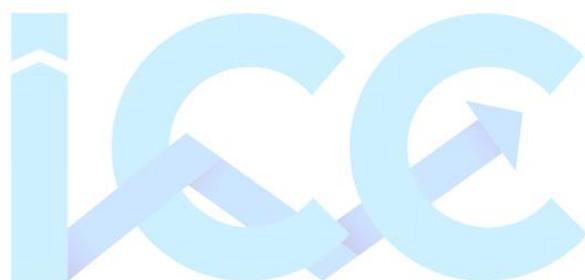
Dentre os 172 consumidores entrevistados, 72,67% têm alguma obrigação a pagar. Entre os endividados, 13 consumidores (10,00%) também revelaram que estão inadimplentes, ou seja, com obrigações em atraso, especialmente com cartão de crédito e crédito em lojas.

HÁBITOS DE CONSUMO EM MEIO AO COVID-19

No presente mês de novembro, **48,6%** dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto **14,8%** confirmaram que não manterão qualquer novo hábito. Isso indica que algumas adaptações desse período não são apenas passageiras, mas se consolidarão como novos hábitos de consumo no futuro. Ainda, outra parte dos participantes da pesquisa (19,0%) não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período e 17,6% não souberam responder.

Adentrando na vida financeira dos consumidores, **67,6%** deles asseguraram que não houve alteração na sua renda em decorrência da pandemia, enquanto **21,8%** constataram diminuição na mesma, **7%** tiveram aumento na sua renda e 3,5% não souberam ou optaram por não responder. Levando isto em conta, 38,7% dos participantes revelaram ter realizado cortes em gastos extras e 2,8% assinalaram ter

cortado gastos essenciais, enquanto 5,6% realizaram cortes tanto em gastos extras como também em gastos essenciais, 31,7% ainda mantém o nível de gastos do período pré-pandemia e 21,1% aumentaram seus gastos extras.



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