

CONFIANÇA DOS CONSUMIDORES VOLTA A SUBIR DE FORMA TÍMIDA

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC), calculado para o município de Chapecó-SC, registrou aumento de **0,77%**, levando o índice aos **72,32 pontos**¹ neste mês de outubro. Também foi registrada redução em relação ao desempenho do índice no mesmo período do ano anterior (-24,00%).

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.

O resultado positivo do ICC neste mês pode ser explicado por uma melhoria nas perspectivas dos consumidores em relação ao futuro da situação econômica das suas famílias e do país, enquanto as avaliações sobre a situação atual pioraram. Isso mostra que os consumidores podem ter ficado apreensivos com a situação atual em função do aumento de preço que diversos alimentos registraram em setembro e as diversas notícias sobre inflação que a ocasião gerou, além da desvalorização do real. Apesar disso, o cenário vislumbrado para o futuro é positivo e pode ter relação com o alívio de algumas medidas de restrição em função do Covid-19 e achatamento da curva de contaminação.

Corroborando com isso, 47,7% dos respondentes deste mês apontaram que estão menos preocupados com o novo coronavírus, enquanto 36,0% mantêm a mesma preocupação, 15,3% estão mais preocupados e 0,9% não souberam ou optaram por não responder.

Neste mês, a amostra da pesquisa foi composta por 87 mulheres e 56 homens de diversas faixas etárias e classes de renda. A análise é segmentada também por características individuais dos consumidores: gênero, idade e renda. O

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

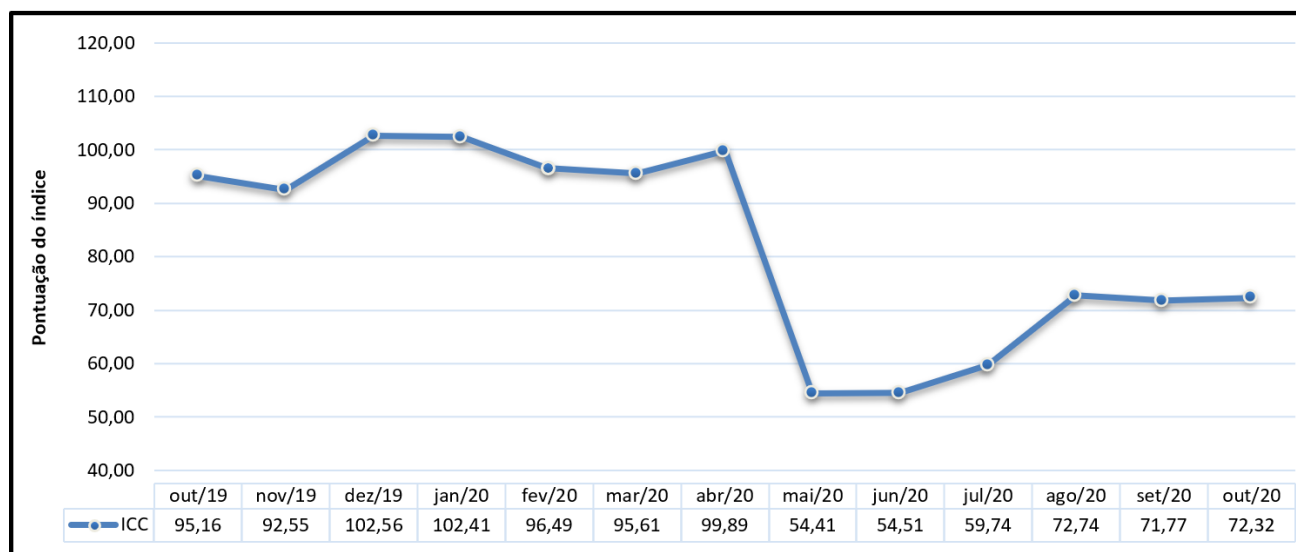
2 A pesquisa pode ser observada verificada no site: <http://www.sca.isr.umich.edu/>

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.

levantamento foi realizado entre os dias 14 a 29 de setembro, 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.

Ao analisar os grupos que compõem o ICC, as maiores variações positivas foram: consumidores que possuem renda inferior a R\$ 2.000,00 (8,00%), seguidos pelas pessoas com renda entre R\$ 2.000,00 e R\$ 4.000,00 (7,19%) e pelo grupo dos indivíduos com menos de 24 anos (5,78%). Em oposição, os grupos que apresentaram as variações negativas mais expressivas foram: pessoas com o rendimento superior a R\$ 4.000,00 (-20,63%), acompanhado pelos consumidores com idade entre 45 e 65 anos (-10,08%) e por aqueles que possuem entre 24 e 45 anos (-2,20%).

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
OUT/19	95,16	92,35	88,30	95,46	91,37	83,49	87,91	88,07	83,47	92,23
	0,71%	11,79%	7,87%	19,39%	6,05%	6,68%	3,90%	5,33%	6,77%	11,15%
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
	10,81%	6,05%	18,74%	12,05%	11,13%	8,21%	2,99%	10,86%	5,08%	27,65%
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	- 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	- ⁵	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	- ⁵	68,26	73,84	63,44
	0,77%	2,04%	-1,32%	5,78%	-2,20%	-10,08%	-	8,00%	7,19%	-20,63%

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

Neste mês de outubro, a média da renda dos participantes da pesquisa resultou em R\$ 3.650,88, havendo elevação se comparada ao mês anterior (R\$ 3.068,96), esse aumento na renda pode ter relação com a idade dos respondentes deste mês. No mês anterior, mais da metade dos respondentes tinha menos de 24 anos de idade, neste mês esse grupo representa pouco menos de 40% do total, enquanto o número de respondentes acima de 45 anos aumentou em mais de 70%, e existe uma tendência de que pessoas com idades maiores tenham uma renda

5 A análise segmentada da confiança dos consumidores acima dos 65 anos foi inviável nos meses de julho e agosto e outubro devido ao baixo número de respondentes dessa categoria.

melhor, pelo maior tempo de carreira e experiência que possuem. A expectativa de gastos pela internet também apresentou aumento, para este mês de outubro, a expectativa é em média de R\$ 161,08 entre os respondentes, sendo de R\$ 134,91 em setembro. Também foi registrado aumento na expectativa de gastos extras, que era de R\$ 450,28 no mês anterior e agora é de 527,27 para outubro. O aumento nas expectativas de gastos pode ter relação com a data do dia das crianças, uma vez que em datas comemorativas os consumidores tendem a gastar mais.

COMPORTAMENTO DOS SUBÍNDICES

O **Índice de Condições Econômicas (ICE)**⁶ registrou queda, atingindo **63,62 pontos** neste mês de outubro, uma variação de **-7,66%** em relação ao mês passado. 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 setembro.

O **Índice de Expectativas de Consumo (IEC)**⁷ apresentou a variação de **5,61%** em comparação a setembro, chegando aos **77,66 pontos**. O IEC mensura o sentimento dos consumidores com relação ao futuro, tanto da situação econômica pessoal quanto do país como um todo. Dessa forma, esse aumento revela que os consumidores estão mais confiantes em relação aos próximos meses e anos se comparado a setembro.

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. Neste mês de outubro, verificou-se uma variação de **3,52%** na pontuação,

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

levando o IEIC aos **126,62 pontos**. Este resultado é positivo e está alinhado com uma diminuição do nível de endividados 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
Out/19	89,62	9,20%	98,56	-3,48%	125,65	60,89%
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%

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

Dentre os 143 consumidores entrevistados, 76,22% têm alguma obrigação a pagar. Entre os endividados, 14 consumidores (12,96%) também revelaram que estão inadimplentes, ou seja, com obrigações em atraso, especialmente com cartão de crédito e crédito em lojas.

GASTOS COM O DIA DAS CRIANÇAS

Em outubro comemora-se o Dia das Crianças e os consumidores chapecoenses indicaram suas preferências quanto aos produtos que desejam consumir, a forma de pagamento e o valor máximo que pretendem gastar. Nesta data comemorativa, dentre os consumidores entrevistados, 37,06% pretendem presentear alguém, e em média os consumidores estão dispostos a gastar R\$ 186,05. Em comparação, no ano de 2019, a intenção de presentear foi de 63,30% entre os entrevistados e a média de gastos totalizou em R\$ 209,86. Pode-se notar que houve redução em ambas as variáveis, o que pode ser justificável pelo cenário econômico

atual, em que apesar de haver indícios de recuperação do ICC, a confiança dos consumidores ainda não retomou os patamares do período anterior à pandemia.

Entre as formas de pagamento, destaca-se Dinheiro (72,40%), Cartão de Crédito (14,60%) e Cartão de Débito (8,90%), enquanto apenas 2,40% dos respondentes indicaram interesse por outras formas de pagamento. No geral, os chapecoenses indicaram maior preferência por brinquedos, com 44,62% das escolhas, e por artigos de vestuário, com 35,38% das escolhas.

HÁBITOS DE CONSUMO EM MEIO AO COVID-19

Neste mês de outubro, **60,4%** dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto apenas **10,8%** 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 (18,9%) não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período e 9,9% não souberam responder.

Adentrando na vida financeira dos consumidores, **57,7%** deles asseguraram que não houve alteração na sua renda em decorrência da pandemia, enquanto **35,1%** constatarão diminuição na mesma, **5,4%** tiveram aumento na sua renda e 1,8% não souberam ou optaram por não responder. Levando isto em conta, 42,3% dos participantes revelaram ter realizado cortes em gastos extras e 1,8% assinalaram ter cortado gastos essenciais, enquanto 15,3% realizaram cortes tanto em gastos extras como também em gastos essenciais, 31,0% ainda mantém o nível de gastos do período pré-pandemia e 13,3% aumentaram seus gastos extras.

Realização e entidades envolvidas

Bruna Furlanetto

Cássia Heloisa Ternus

Eric Bressan

Douglas Junior Pires da Silva

Coordenadora do projeto

Prof^ª. Responsável pelo ICC

Bolsista

Sicom