

DEPOIS DE TRÊS MESES DE ALTA, CONFIANÇA DOS CONSUMIDORES

CHAPECOENSES VOLTA A REDUZIR

Após 3 meses de variações positivas, o Índice de Confiança do Consumidor (ICC), calculado para o município de Chapecó-SC, registrou queda de **-1,34%**, levando o índice aos **71,77 pontos¹** neste mês de setembro. Também foi registrada redução em relação ao desempenho do índice no mesmo período do ano anterior (-24,05%).

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.

Conforme explica a Profa. Cássia Heloisa Ternus, “A queda na confiança dos consumidores em setembro reforça o cenário de incertezas e, consequentemente, oscilações econômicas. Fatores como a possibilidade de cortes ou extinção do auxílio emergencial, substituição do programa Bolsa Família pelo Renda Brasil, indícios da segunda onda do coronavírus juntamente com casos de reinfecção, além de incertezas políticas, especialmente relacionadas ao teto dos gastos públicos, contribuem significativamente para a redução na confiança.”

Outra questão é que neste mês a preocupação com o Covid-19 parece ter influenciado menos as decisões dos consumidores do que no mês anterior. A maior parte dos respondentes indicaram menos preocupação com a pandemia neste mês (34,2%), em seguida aparecem os indivíduos que mantiveram o mesmo grau de preocupação (32,9%), aqueles que aumentaram sua preocupação (31,0%) e por

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

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

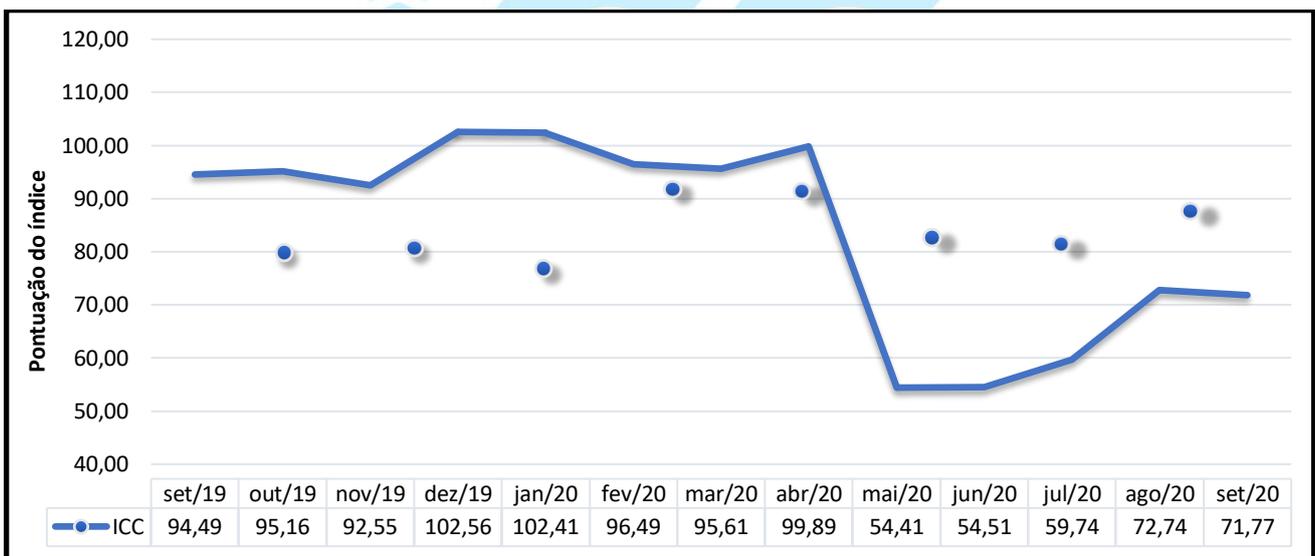
3 A confiança do consumidor foi mensurada, com periodicidade mensal, entre 2012 e 2016 pelo curso de Ciências Econômicas da Unochapecó, fato que valida o instrumento e permite utilizar a base histórica como referência para o cálculo.

último os participantes que não souberam avaliar ou optaram por não responder (1,9%).

Neste mês, a amostra da pesquisa foi composta por 98 mulheres e 60 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 17 a 27 de agosto, 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 (13,57%), seguidos pelas mulheres (12,50%) e pelo grupo das pessoas com renda superior a R\$ 4.000,00 (2,09%). No sentido oposto, os grupos que apresentaram as variações negativas mais expressivas foram: grupo masculino (-11,33%), acompanhado pelos consumidores

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).

com renda entre R\$ 2.000,00 e R\$ 4.000,00 (-1,80%) e pelas pessoas que possuem entre 45 e 65 anos de idade (-0,96%).

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
SET/19	94,49	82,61	81,86	79,96	86,15	78,27	84,62	83,61	78,18	82,98
	-0,57%	-7,56%	-11,43%	-20,15%	-5,32%	-6,67%	-15,38%	-9,24%	-10,05%	-6,92%
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%

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

Neste mês de agosto, a média da renda dos participantes da pesquisa resultou em R\$ 3.068,96, havendo redução se comparada ao mês anterior (R\$ 4.243,92), algo que pode explicar essa variação é o número maior de respondentes

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

com menos de 24 anos neste mês, representando mais da metade dos respondentes, e que podem ter conduzido a renda média para um nível menor já que existe uma tendência de que pessoas em faixas etárias mais baixas tenham menores remunerações. Também foi observada queda na expectativa de gastos pela internet, essa expectativa havia alcançado R\$ 388,31 em agosto após quatro meses seguidos de alta, e para setembro a expectativa é de R\$ 134,91. Já a expectativa de gastos extras, registrou aumento, em agosto essa expectativa era de R\$ 393,42, e neste mês, ela é de R\$ 450,28.

COMPORTAMENTO DOS SUBÍNDICES

O **Índice de Condições Econômicas (ICE)**⁶ registrou queda, atingindo **68,89 pontos** neste mês de setembro, uma variação de **-3,83%** 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 agosto.

O **Índice de Expectativas de Consumo (IEC)**⁷ apresentou a variação de **0,15%** em comparação a agosto, chegando aos **73,53 pontos**, sendo o único índice que apresentou elevação neste mês. 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 agosto. Apesar do resultado positivo, neste mês, uma quantidade acima de média (4,74 vezes maior se comparado a março e 1,51 vezes maior se comparado a agosto) respondeu não saber como estará a situação financeira familiar e do país como um todo no futuro

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.

Esse padrão de resposta não é computado no cálculo dos indicadores, mas reflete o cenário de incerteza que ainda existe.

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 setembro, verificou-se uma variação de **-10,49%** na pontuação, levando o IEIC aos **122,31 pontos**. Este resultado é negativo e está alinhado com um aumento do nível de endividados e 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
Set/19	82,07	-1,75%	102,12	0,02%	78,10	-40,73%
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%

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

Dentre os 158 consumidores entrevistados, 79,11% têm alguma obrigação a pagar. Entre os endividados, 16 consumidores (12,50%) também revelaram que estão inadimplentes, ou seja, com obrigações em atraso, especialmente com cartão de crédito e crédito em lojas.

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

HÁBITOS DE CONSUMO EM MEIO AO COVID-19

Conhecer os hábitos dos consumidores é fundamental para que recursos sejam alocados da melhor forma possível nas empresas e para entender e explicar de forma mais precisa os fenômenos econômicos de um local. Com as mudanças impostas pelo novo coronavírus, buscou-se identificar se os hábitos de consumo dos chapecoenses estão sendo modificados.

Neste mês de setembro, **55,1%** dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto apenas **10,1%** 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 (21,5%) não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período.

Adentrando na vida financeira dos consumidores, **62,0%** deles asseguraram que não houve alteração na sua renda em decorrência da pandemia, enquanto **27,2%** constataram diminuição na mesma, **4,4%** tiveram aumento na sua renda e 6,3% não souberam ou optaram por não responder. Levando isto em conta, 54,4% dos participantes revelaram ter realizado cortes em gastos extras e 6,3% assinalaram ter cortado gastos essenciais, enquanto 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