

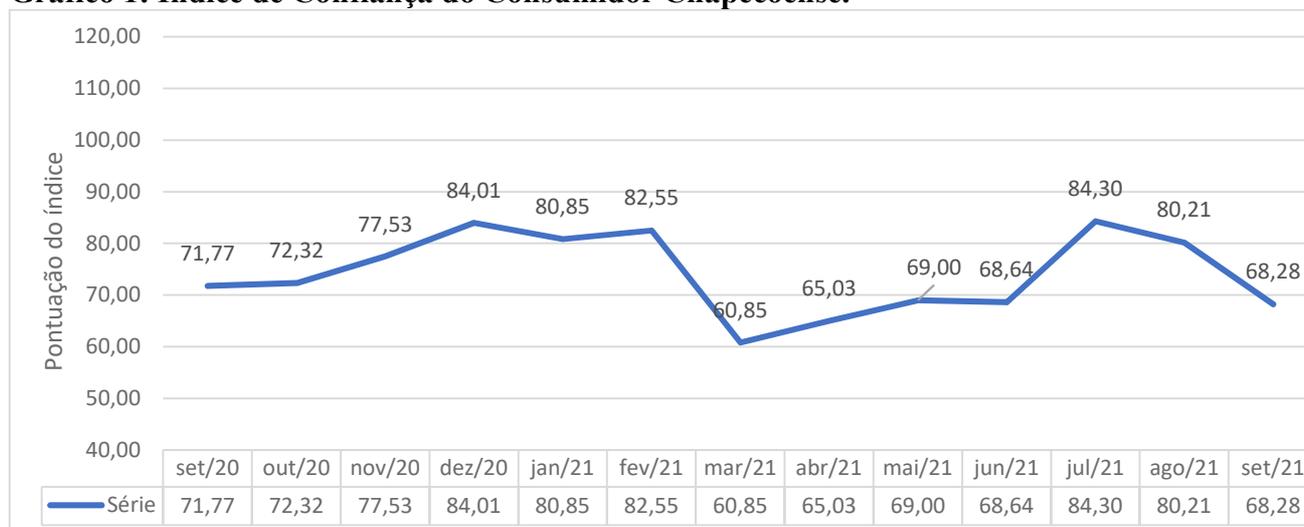
REDUÇÃO NA CONFIANÇA DO CONSUMIDOR PERSISTE EM SETEMBRO

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. Para o mês de setembro, a amostra da pesquisa foi composta por 150 participantes de diversas faixas etárias e classes de renda. O levantamento foi realizado entre os dias 16 e 25 de agosto, por meio do Google Formulários.

Em setembro, **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)** apresentou uma variação de **-5,63%** em comparação ao mês de agosto, reduzindo para **75,70 pontos**. Em relação a setembro de 2020, houve variação positiva de 3,93 pontos (5,47%). O resultado para esse mês continua sendo de desconfiança, segundo a taxonomia¹.

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.

A desconfiança dos consumidores pode estar ligada com dois fatores que afetam diretamente a renda dos consumidores, a crise hídrica e o aumento no preço do combustível. O país enfrenta a pior crise hídrica dos últimos 91 anos, a falta de água obriga o governo a acionar as usinas termelétricas, que são mais caras e poluentes, além de aumentar seu aumento de importação de energia do Uruguai e Argentina. Segundo o site O Globo², a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), deve ajustar em até 58% o valor da bandeira vermelha.

¹ 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).

² <https://oglobo.globo.com/economia/bandeira-vermelha-da-conta-de-luz-tera-alta-de-ate-58-25173745>

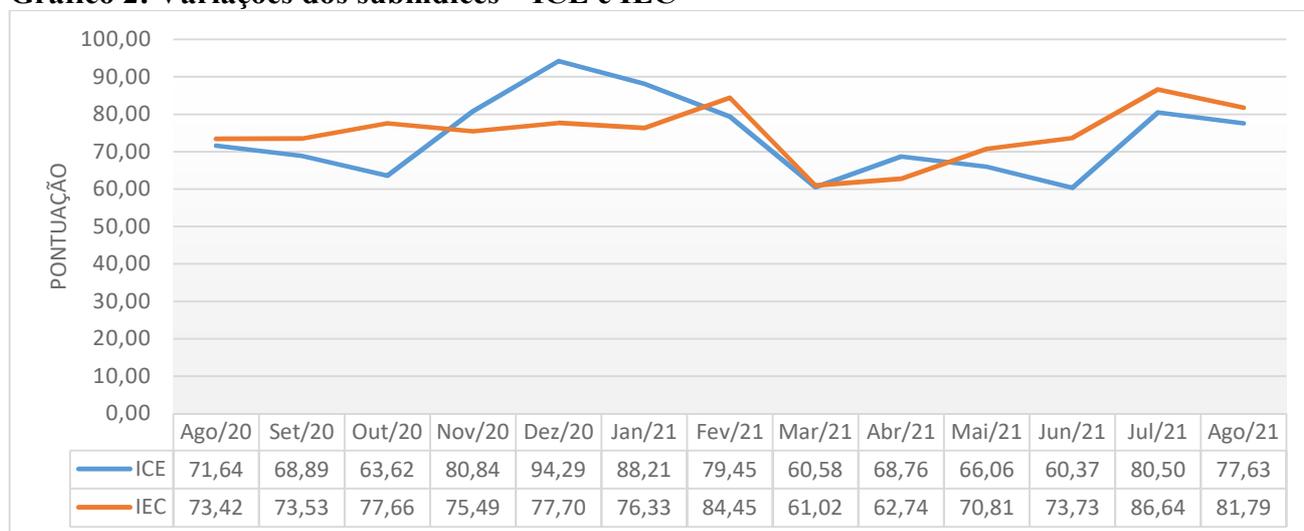
De janeiro a julho de 2021 a gasolina já apresentou aumento de 27,51%, o fator que mais pesou para o último aumento foi o reajuste da Petrobras e não a carga tributária, que apesar de ser alta se manteve estável, atualmente 27,5% do preço da gasolina é ICMS (tributo estadual) e 11,6% tributos federais. O preço do petróleo é cotado em dólar, e este está se valorizando frente ao real, e segue os preços praticados no mercado internacional, o que pode ser o principal motivo do aumento.

A Profa. Cássia H. Ternus destaca ainda para o desempenho do PIB brasileiro no segundo trimestre de 2021. “De acordo com a agência de classificação de risco Austin Rating, o Brasil apresentou queda 0,1% na produção interna bruta do país no 2º trimestre do ano. Esse resultado é, em partes, reflexo da instabilidade e insegurança que evidenciamos também no ICC chapecoense. Enquanto os consumidores não se sentirem confiantes, teremos resultados econômicos instáveis. Logo, o ICC fornece um termômetro de como a economia irá se comportar.”

O Índice de Condições Econômicas (ICE) apresentou uma variação de 0,63%, chegando em **78,12 pontos**, 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 agosto.

Por outro lado, o Índice de Expectativas de Consumo (IEC) que mensura o sentimento dos consumidores em relação aos próximos anos, tanto da situação econômica pessoal quanto do país como um todo, apresentou retração de -9,27%, caindo para **74,21 pontos**. Essa redução revela que os consumidores estão menos confiantes em relação aos próximos anos, o que não é próspero para economia.

Gráfico 2: Variações dos subíndices – ICE e IEC



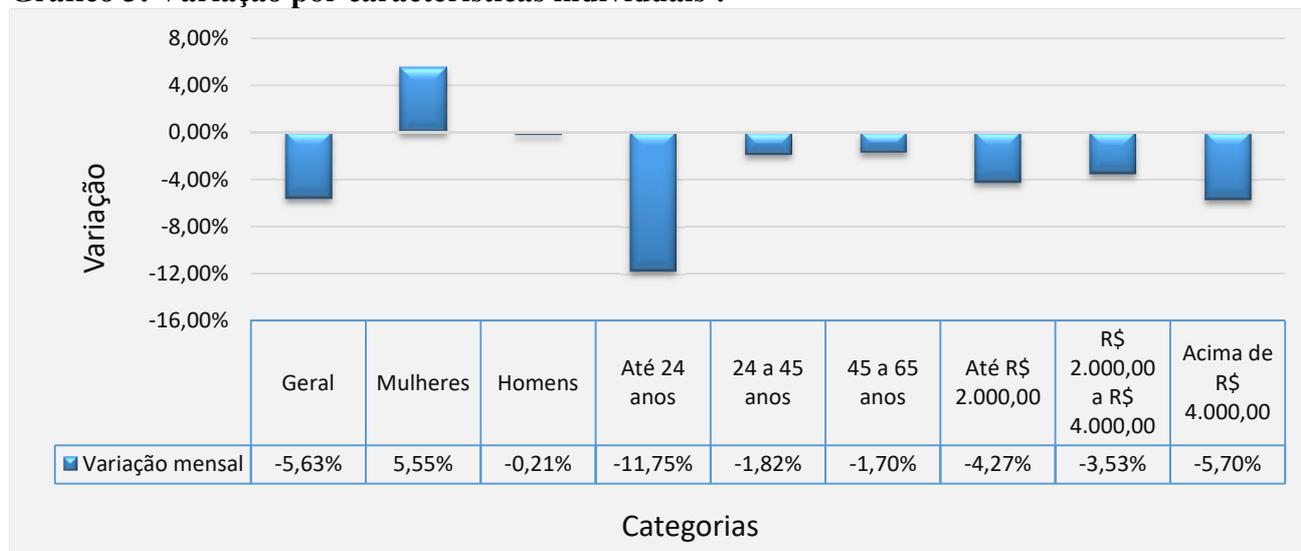
Fonte: Curso de Ciências Econômicas/Unochapecó e Sicom Pesquisas.

A média da renda dos participantes da pesquisa é de R\$ 4.557,41 indicando que houve redução de -2,02% em comparação a agosto. Seguindo tendência contrária, as expectativas de gastos extras aumentaram de R\$ 655,46 em agosto para R\$ 856,91 neste mês, o peso da inflação pode ter aumentado as perspectivas de gastos para os consumidores. Além disso, o feriado de 7 de setembro alguns consumidores possivelmente irão viajar ou consumir de forma mais expressiva, por meio de socializações com amigos e familiares. As expectativas de gastos pela internet também ampliaram em 7,85%, chegando a R\$ 410,97.

Analisando os grupos que compõem o ICC, em agosto apenas o grupo de mulheres apresentou variação positiva (5,55%). O maior pessimismo vem de consumidores homens (-11,75%) e consumidores que recebem de R\$ 4.000,00 (-5,70%).

O comportamento dos consumidores segmentado por características individuais pode ser observado no gráfico 3, a seguir.

Gráfico 3: Variação por características individuais³.



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

PESQUISA SAZONAL: COVID-19

Após a generalização do coronavírus no Brasil, a pesquisa do ICC passou a abordar perguntas referentes ao comportamento do consumidor chapecoenses durante a pandemia, neste tópico são apresentados os resultados comparando-os com mês imediatamente anterior.

Os dados coletados mostram que **39,60%** dos respondentes declararam estar mais preocupados com a Covid-19 do que estavam no mês anterior. Ainda, **35,57%** mantiveram o nível de preocupação,

³ 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.



enquanto **22,82%** estão menos preocupados, **2,01%** não souberam ou não souberam responder. Esse aumento na preocupação pode estar atrelado com a confirmação do 1º caso da variante Delta no município de Chapecó, confirmada no mês de agosto. Analisando os dados divulgados pela Prefeitura de Chapecó no Boletim Epidemiológico COVID-19, houve um aumento de 106,74% no número de casos ativos na cidade do dia 01 de agosto até o dia 29 de agosto, é provável que este aumento esteja ligado com a flexibilização das restrições e a nova variante Delta que, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), é a mais contagiosa entre todas as cepas já sequenciadas.

No presente mês de setembro, **67,11%** dos respondentes afirmaram que após o fim da pandemia pretendem manter algum hábito de consumo adquirido durante a pandemia, enquanto **6,71%** confirmaram que não pretendem manter qualquer novo hábito. Ainda, **9,40%** dos participantes da pesquisa não modificaram qualquer hábito de consumo durante este período e **16,78%** não souberam ou não quiseram responder.

Adentrando na vida financeira dos consumidores, **74,50%** deles asseguraram que não houve alteração na sua renda em decorrência da pandemia, enquanto **20,13%** constataram diminuição na mesma e **5,37%** tiveram aumento na sua renda, os demais não souberam ou não quiseram responder.

Levando isto em conta, **32,21%** dos participantes revelaram ter aumentado seus gastos extras em relação ao mês de agosto, **27,32%** realizaram cortes de gastos extras, enquanto **25,50%** realizaram cortes tanto em gastos extras como também em gastos essenciais. Apenas **1,34%** dos pesquisados realizaram cortes em gastos essenciais que incluem moradia e alimentação e outra parcela de **25,50%** manteve o nível de gastos do mês anterior.

-
- A pesquisa pode ser verificada no site: <http://www.sca.isr.umich.edu/>.
 - A pesquisa foi adaptada da Survey of Consumers da Michigan University¹ 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.

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