



Publicação Mensal do Curso de Ciências Econômicas da Unochapecó

Ano: 01 v. 2 Fevereiro 2016

## Índice de Confiança do Consumidor Chapecoense ICC/UNO

**Fábio Júnior Piccinini** - Mestre em Políticas Sociais e Dinâmicas Regionais/Economista.  
E-mail: observatorio@unochapeco.edu.br

### Com a chegada do Carnaval perspectiva para o consumo aumenta 8,87% em Chapecó

O curso de Ciências Econômicas divulga os resultados resumidos da **Intenção de Consumo Mensal dos Chapecoenses**, ou seja, a propensão das famílias a consumir, principalmente no que se refere ao volume de gastos monetários estimados para o mês logo após a pesquisa (gasto futuro)<sup>1</sup>. Contendo informações ao mês imediatamente anterior, mas com previsões para o comportamento futuro do consumo no município. A pesquisa foi adaptada da *Survey of Consumers* da *Michigan University* para a realidade do município de Chapecó. O período base para o índice é abril de 2013<sup>2</sup>. Os dados são segmentados também pelas características dos consumidores individuais: gênero, idade e renda.

Nesse contexto, o presente boletim divulga o resultado da pesquisa referente ao mês de **Fevereiro de 2016**, cujo levantamento foi realizado entre os dias **20 de janeiro a 28 de janeiro**. No primeiro capítulo apresentam-se os resultados do Índice de Confiança do Consumidor global, e no segundo descreve-se o comportamento dos subíndices que o formam.

<sup>1</sup>A pesquisa monitora o padrão de consumo, contendo a preferência mensal dos consumidores, tanto por produto, quanto por estabelecimento, contudo esses dados não são divulgados. Condições de liberação dessas informações são possíveis mediante ao contato com a equipe do Observatório Socioeconômico da Mesorregião Oeste de Santa Catarina, projeto do Curso de Ciências Econômicas da Unochapecó.

<sup>2</sup>O estudo passou a considerar uma nova base para avaliar o comportamento mensal dos indicadores.

## 1. ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR CHAPECOENSE - ICC/Uno

Em **Fevereiro** o Índice de Confiança do Consumidor apresentou **alta de (2,93%)** com relação ao mês anterior, o índice apurado foi de **0,669** pontos (Tabela 1). Comparado com o mês de janeiro os consumidores do sexo masculino estão mais otimistas, com aumento de **(5,64%)**. Para os indivíduos do sexo feminino o observado foi queda de **(5,30%)** pontos percentuais.

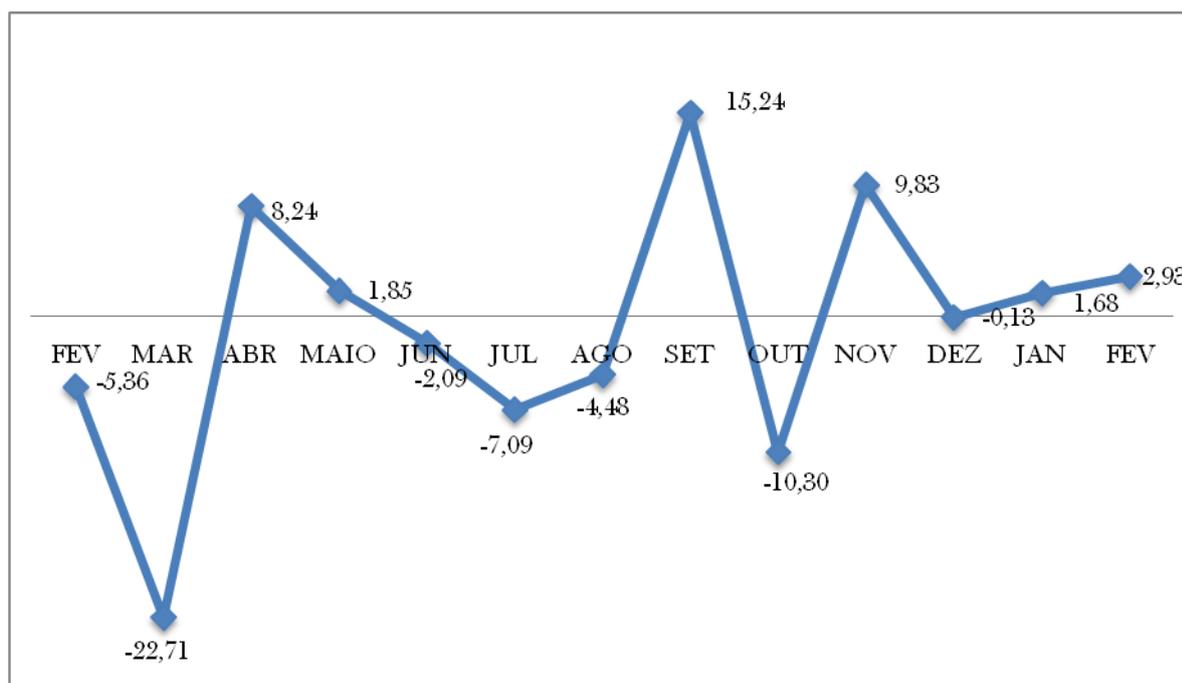
Tabela 1 - Valor do Índice e Taxa de variação do ICC/Uno por categorias da amostra

Categorias	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV
<b>Geral</b>	0,762	0,589	0,637	0,649	0,635	0,590	0,564	0,650	0,583	0,640	0,639	0,650	0,669
<b>Var(%)</b>	-5,36	-22,71	8,24	1,85	-2,09	-7,09	-4,48	15,24	-10,30	9,83	-0,13	1,68	2,93
<b>Homens</b>	0,742	0,560	0,606	0,651	0,583	0,653	0,499	0,677	0,617	0,656	0,657	0,663	0,700
<b>Var(%)</b>	7,65	-24,43	8,17	7,34	-10,33	11,89	-23,58	35,79	-8,92	6,37	0,05	0,93	5,64
<b>Mulheres</b>	0,779	0,605	0,657	0,650	0,665	0,566	0,612	0,635	0,558	0,628	0,628	0,683	0,647
<b>Var(%)</b>	-10,79	-22,36	8,71	-1,15	2,31	-14,79	7,98	3,89	-12,19	12,54	0,10	8,70	-5,30
<b>até 24 anos</b>	0,791	0,694	0,651	0,710	0,735	0,602	0,574	0,660	0,638	0,635	0,663	0,686	0,682
<b>Var(%)</b>	-13,56	-12,27	-6,18	9,09	3,53	-18,13	-4,68	15,09	-3,39	-0,51	4,55	3,40	-0,56
<b>de 24 a 45 anos</b>	0,748	0,581	0,642	0,592	0,610	0,600	0,606	0,613	0,525	0,605	0,636	0,520	0,675
<b>Var(%)</b>	-3,51	-22,26	10,34	-7,67	3,05	-1,79	1,00	1,29	-14,36	15,17	5,13	-18,24	29,73
<b>de 45 a 65 anos</b>	0,788	0,469	0,560	0,715	0,424	0,493	0,420	0,728	0,657	0,743	0,532	0,702	0,648
<b>Var(%)</b>	22,88	-40,53	19,46	27,71	-40,72	16,18	-14,65	73,03	-9,69	13,02	-28,43	32,00	-7,64
<b>Até R\$ 1.500,00 mensais</b>	0,803	0,655	0,646	0,620	0,674	0,592	0,578	0,679	0,601	0,668	0,645	0,635	0,661
<b>Var(%)</b>	-3,56	-18,39	-1,32	-4,07	8,64	-12,12	-2,45	17,56	-11,50	11,13	-3,34	-1,55	3,96
<b>de R\$ 1500,00 a R\$ 3000,00</b>	0,713	0,488	0,630	0,579	0,575	0,590	0,527	0,640	0,549	0,607	0,671	0,548	0,679
<b>Var(%)</b>	0,98	-31,56	29,13	-8,12	-0,73	2,68	-10,82	21,55	-14,21	10,65	10,41	-18,24	23,76
<b>Mais de R\$ 3000,00 mensais</b>	0,728	0,482	0,668	0,610	0,603	0,477	0,558	0,641	0,586	0,682	0,607	0,674	0,593
<b>Var(%)</b>	-12,99	-33,85	38,65	-8,63	-1,18	-20,88	16,97	14,80	-8,57	16,38	-11,01	11,03	-12,01

Fonte: Dados de Pesquisa (2016).

Os resultados do Índice de Confiança do Consumidor são segmentados por grupos de idades dos consumidores, menores de 24 anos, de 24 a 45 anos, de 45 a 65, além disso, o índice também está subdividido por gênero. Para esse último, a Tabela 1 demonstra que a confiança do consumidor entre os homens apresenta um aumento totalizando **0,700 pontos**, no caso das mulheres o índice de confiança do consumidor atingindo o total de **0,647 pontos**. Para o grupo de consumidores menores de 24 anos o índice registrou **queda de (0,56%)** atingindo **0,682 pontos**. Os consumidores entre 24 e 45 anos o aumento foi de **29,73%** registrando **0,675 pontos**, para a faixa etária de 45 a 65 anos a variação mostrou negativa de **(7,64%)** com **0,675 pontos**.

Em relação aos valores, estes são segmentados por estratos de renda mensal, entre os consumidores que ganham até R\$1.500,00; entre R\$1.500,00 a R\$ 3.000,00 e aqueles que ganham mais de R\$3.000,00. No que se refere a este recorte, os consumidores com rendimentos até R\$ 1500,00 apresentaram aumento de **(3,96%)** pontos percentuais, com índice de **0,661 pontos**. O grupo com renda entre R\$ 1500,00 a R\$ 3000,00 tiveram queda no índice de **(23,76%)**, registrando **0,679 pontos**. A faixa de renda superior a R\$ 3000,00 mensais apresentou queda de **(12,01%)** em relação ao mês anterior com **0,593 pontos**. A figura 1 apresenta a evolução da série para o período de doze meses, Fevereiro de 2016 a Fevereiro de 2016.



**Figura 1: Taxa de variação mensal do Índice de Confiança do Consumidor - ICC**  
 Fonte: Dados de Pesquisa (2016).

A taxa de variação mensal apresentada na figura 1 reflete a melhora na perspectiva dos consumidores para o mês de fevereiro de 2016, principalmente aqueles que fazem parte da faixa de idade entre 24 a 45 anos. Completando essa perspectiva positiva está o grupo dos consumidores com rendimento entre R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00.

## 2. RESUMO DO COMPORTAMENTO DOS SUBÍNDICES

Nesta seção são feitas as análises dos principais resultados dos subíndices que compõem o índice geral (ICC- Índice de Confiança do Consumidor). O Índice de Condições Econômicas (ICE) mede como os consumidores avaliam suas finanças e a conjuntura do país comparando-as com os últimos 12 meses. Sua mensuração é imprescindível, pois nele está refletido a atual situação do consumidor ao comparar o passado recente, avaliando de forma negativa, positiva ou igual. Já o Índice de Expectativas de Consumo (IEC), avalia quais são as expectativas do consumidor com relação aos próximos 12 meses no que se refere as suas oportunidades de negócios, consumo e conjuntura nacional. Os resultados auferidos fornecem uma previsão do comportamento da demanda agregada municipal para os próximos meses. Por fim, o Índice de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (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 consumidores.

### 2.1 Índice de Condições Econômicas (ICE)

Em Fevereiro o Índice de Condições Econômicas, componente do ICC-Uno, registrou **queda de (2,12%)** comparado ao último mês analisado, conforme demonstrado na **(Figura 2)**, atingindo um valor de **0,640 pontos**. Dentre as categorias que explicam esse comportamento destaca-se as mulheres com queda de **10,82%** e **0,583 pontos**, na faixa de idade entre **45 e 65 anos** com queda de **18,12%** e **0,618 pontos**.

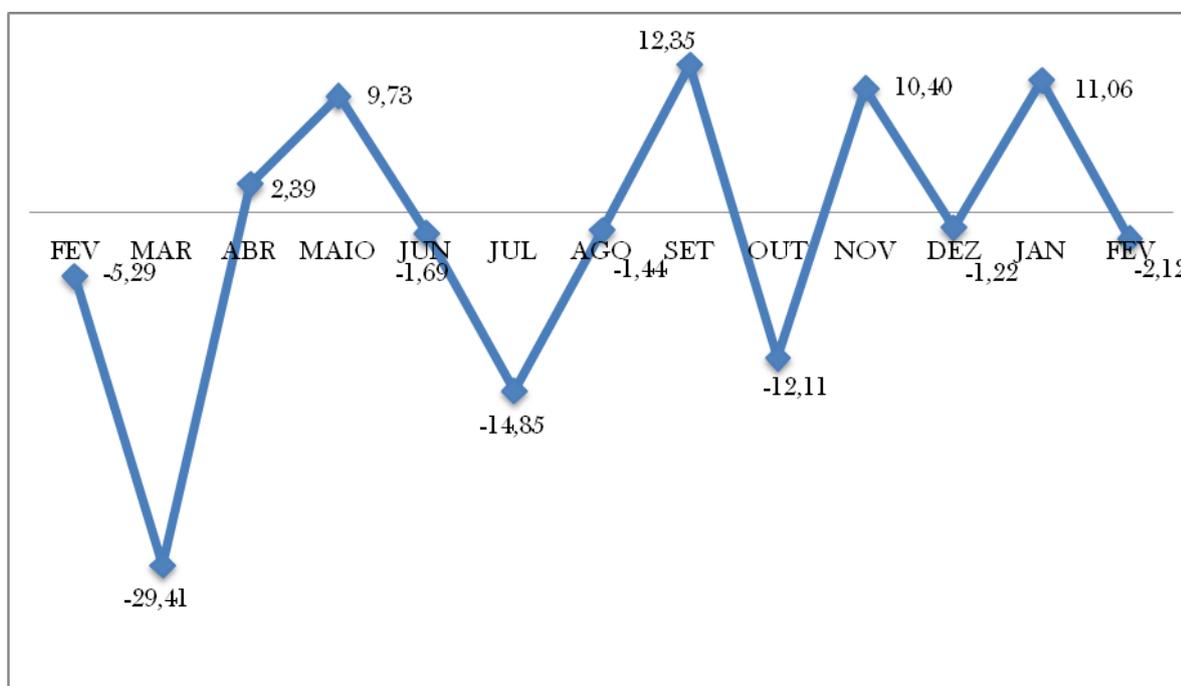
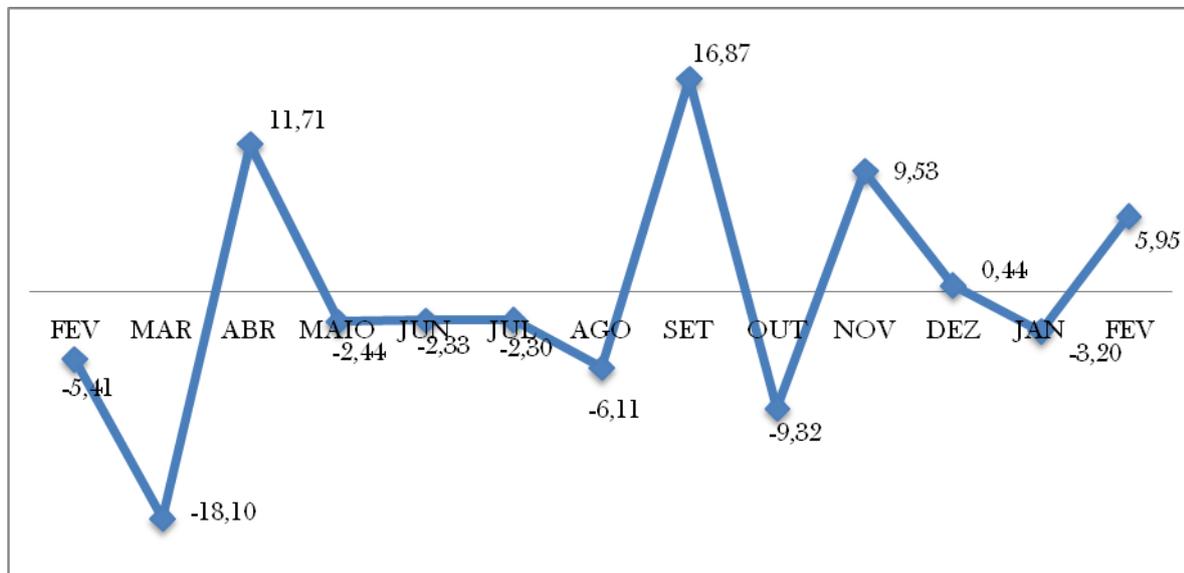


Figura 2 - Taxa de Variação Mensal do Índice de Condições Econômicas - ICE

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

## 2.2 Índice de Expectativas de Consumo (IEC)

No que tange ao comportamento das expectativas de consumo, IEC, o índice registrou aumento de **5,95%** para o mês de fevereiro de 2016 totalizando **0,687 pontos**. A categoria de consumidores que recebem entre **R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00** apresentaram aumento significativo de **(38,26%)** e **0,676 pontos**.



**Figura 3 - Taxa de Variação Mensal do Índice de Expectativas de Consumo (IEC)**  
Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

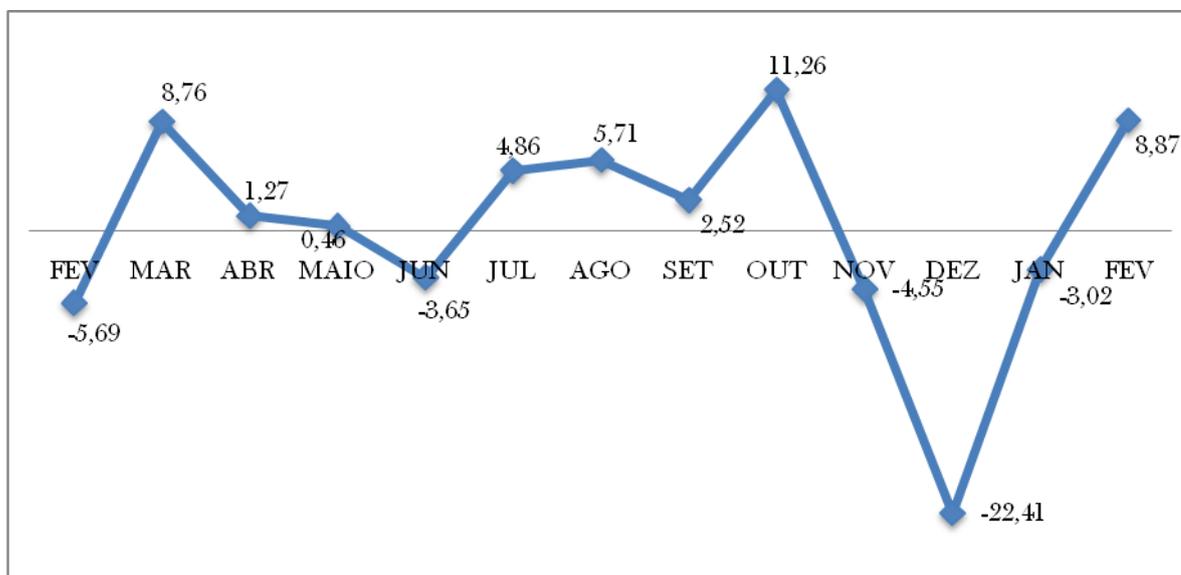
De acordo com a perspectiva, a Figura 3 registra a evolução nas expectativas de consumo. A variação positiva em fevereiro não reflete os resultados adquiridos durante o período de 2015. Essa variação é reflexo da chegada do carnaval, fazendo com que o consumidor Chapecoense passe a prospectar maior consumo.

Em termos de comportamento global mensal, os consumidores chapecoenses pretendem gastar em média **R\$ 562,54 com gastos extras**<sup>3</sup>, o que representa uma propensão média a consumir de **25,34%** em relação à renda. Entre os homens a propensão ao consumo é mais elevada, sendo **25,38%**; no grupo de mulheres este valor chega a **24,99%**. No mês de fevereiro de 2016 os consumidores homens pretendem gastar em **média R\$ 630,34**, nesse grupo aqueles que responderam fazer compras pela internet vão gastar **R\$ 488,17 em média**. No que refere as mulheres **R\$ 501,35** são gastos extras e **R\$ 245,31** compras pela internet.

<sup>3</sup> Os gastos extras não incluem as obrigações a pagar e atrasadas, alimentação, bebidas e impostos.

### 2.3 Índice de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (IEIC)

Em **fevereiro**, o Endividamento e Inadimplência do Consumidor chapecoense, IEIC, apresentou variação positiva de **8,87%** em relação ao mês de janeiro fechando o mês com índice de **0,859 pontos**.



**Figura 4 - Taxa de Variação Mensal do Índice de Endividamento e Inadimplência do Consumidor - IEIC**

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

De acordo com a figura 4 a variação da inadimplência e endividamento<sup>4</sup> em fevereiro apresenta um crescimento em decorrência principalmente das festividades de final de ano. Em fevereiro de 2016 são cerca de **55,79%** que possuem obrigações a pagar e **7,89%** obrigações em atraso. Considerando as obrigações a pagar, as principais envolvem o **cartão de crédito, crediário de loja, financiamento de casa e carro**.

<sup>4</sup> O índice de endividamento e inadimplência do consumidor não leva em consideração os gastos com alimentação, bebidas e impostos.