



Publicação Mensal do Curso de Ciências Econômicas da Unochapecó

Ano: 01 v. 3 Março 2016

Índice de Confiança do Consumidor Chapecoense ICC/UNO

Frederico Santos Damasceno - Coordenador

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

Perspectiva negativa do consumidor de Chapecó tem queda de 5,35% em março de 2016

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)¹. 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 2013². 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 **Março de 2016**, cujo levantamento foi realizado entre os dias **18 de fevereiro a 29 de fevereiro**. 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.

¹A 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.

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

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

Em **Março** o Índice de Confiança do Consumidor apresentou **queda de (5,35%)** com relação ao mês anterior, o índice apurado foi de **0,633** pontos (Tabela 1). Comparado com o mês de fevereiro os consumidores do sexo masculino estão menos otimistas, com **queda de (9,17%)**. Para os indivíduos do sexo feminino o observado foi queda de **(2,33%)** pontos percentuais.

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

| Categorias | MAR | ABR | MAIO | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | JAN | FEV | MAR |
|-------------------------------------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| Geral | 0,589 | 0,637 | 0,649 | 0,635 | 0,590 | 0,564 | 0,650 | 0,583 | 0,640 | 0,639 | 0,650 | 0,669 | 0,633 |
| Var(%) | -22,71 | 8,24 | 1,85 | -2,09 | -7,09 | -4,48 | 15,24 | -10,30 | 9,83 | -0,13 | 1,68 | 2,93 | -5,35 |
| Homens | 0,560 | 0,606 | 0,651 | 0,583 | 0,653 | 0,499 | 0,677 | 0,617 | 0,656 | 0,657 | 0,663 | 0,700 | 0,636 |
| Var(%) | -24,43 | 8,17 | 7,34 | -10,33 | 11,89 | -23,58 | 35,79 | -8,92 | 6,37 | 0,05 | 0,93 | 5,64 | -9,17 |
| Mulheres | 0,605 | 0,657 | 0,650 | 0,665 | 0,566 | 0,612 | 0,635 | 0,558 | 0,628 | 0,628 | 0,683 | 0,647 | 0,632 |
| Var(%) | -22,36 | 8,71 | -1,15 | 2,31 | -14,79 | 7,98 | 3,89 | -12,19 | 12,54 | 0,10 | 8,70 | -5,30 | -2,33 |
| até 24 anos | 0,694 | 0,651 | 0,710 | 0,735 | 0,602 | 0,574 | 0,660 | 0,638 | 0,635 | 0,663 | 0,686 | 0,682 | 0,642 |
| Var(%) | -12,27 | -6,18 | 9,09 | 3,53 | -18,13 | -4,68 | 15,09 | -3,39 | -0,51 | 4,55 | 3,40 | -0,56 | -5,84 |
| de 24 a 45 anos | 0,581 | 0,642 | 0,592 | 0,610 | 0,600 | 0,606 | 0,613 | 0,525 | 0,605 | 0,636 | 0,520 | 0,675 | 0,590 |
| Var(%) | -22,26 | 10,34 | -7,67 | 3,05 | -1,79 | 1,00 | 1,29 | -14,36 | 15,17 | 5,13 | -18,24 | 29,73 | -12,58 |
| de 45 a 65 anos | 0,469 | 0,560 | 0,715 | 0,424 | 0,493 | 0,420 | 0,728 | 0,657 | 0,743 | 0,532 | 0,702 | 0,648 | 0,708 |
| Var(%) | -40,53 | 19,46 | 27,71 | -40,72 | 16,18 | -14,65 | 73,03 | -9,69 | 13,02 | -28,43 | 32,00 | -7,64 | 9,27 |
| Até R\$ 1.500,00 mensais | 0,655 | 0,646 | 0,620 | 0,674 | 0,592 | 0,578 | 0,679 | 0,601 | 0,668 | 0,645 | 0,635 | 0,661 | 0,661 |
| Var(%) | -18,39 | -1,32 | -4,07 | 8,64 | -12,12 | -2,45 | 17,56 | -11,50 | 11,13 | -3,34 | -1,55 | 3,96 | 0,12 |
| de R\$ 1500,00 a R\$ 3000,00 | 0,488 | 0,630 | 0,579 | 0,575 | 0,590 | 0,527 | 0,640 | 0,549 | 0,607 | 0,671 | 0,548 | 0,679 | 0,569 |
| Var(%) | -31,56 | 29,13 | -8,12 | -0,73 | 2,68 | -10,82 | 21,55 | -14,21 | 10,65 | 10,41 | -18,24 | 23,76 | -16,19 |
| Mais de R\$ 3000,00 mensais | 0,482 | 0,668 | 0,610 | 0,603 | 0,477 | 0,558 | 0,641 | 0,586 | 0,682 | 0,607 | 0,674 | 0,593 | 0,602 |
| Var(%) | -33,85 | 38,65 | -8,63 | -1,18 | -20,88 | 16,97 | 14,80 | -8,57 | 16,38 | -11,01 | 11,03 | -12,01 | 1,57 |

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 uma queda totalizando **0,636 pontos**, no caso das mulheres o índice de confiança do consumidor atingindo o total de **0,632 pontos**. Para o grupo de consumidores menores de 24 anos o índice registrou **queda de (5,84%)** atingindo **0,642 pontos**. Os consumidores entre 24 e 45 anos a queda foi de **12,58%** registrando **0,590 pontos**, para a faixa etária de 45 a 65 anos a variação mostrou negativa de **(9,27%)** com **0,708 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 (0,12%) 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 (16,19%), registrando **0,569 pontos**. A faixa de renda superior a R\$ 3000,00 mensais apresentou aumento de (1,57%) em relação ao mês anterior com **0,602 pontos**. A figura 1 apresenta a evolução da série para o período de doze meses, Março de 2016 a Março de 2016.

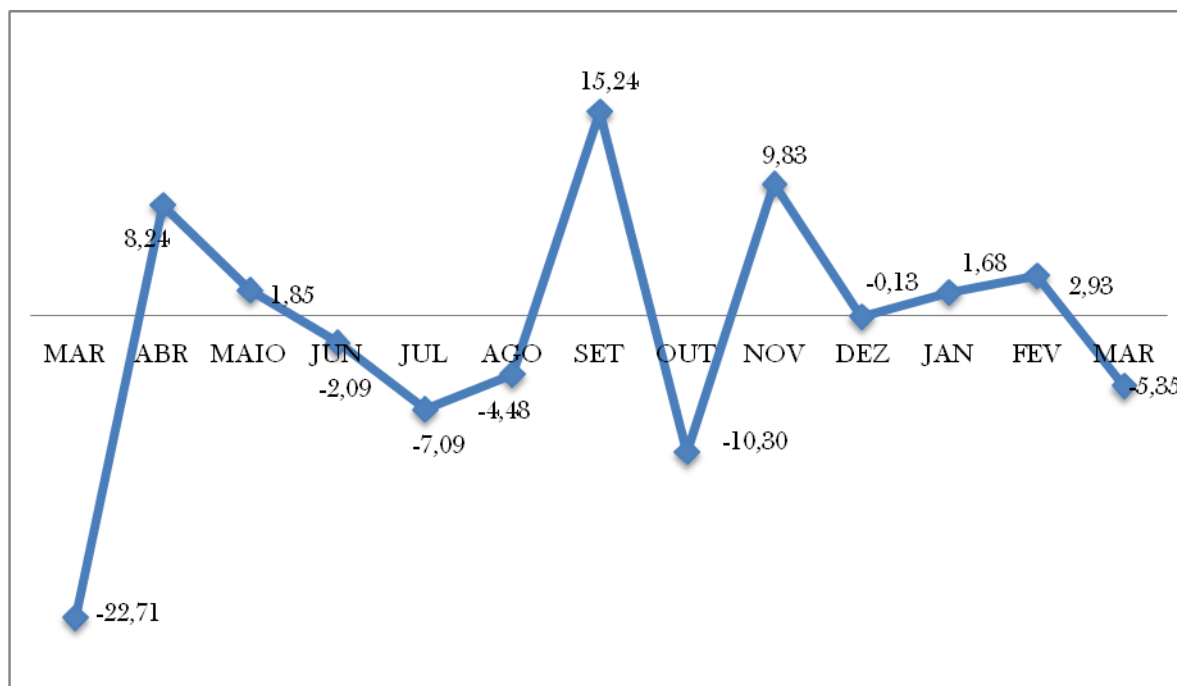


Figura 1: Taxa de variação mensal do Índice de Confiança do Consumidor - ICC
 Fonte: Dados de Pesquisa (2016).

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

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 Março o Índice de Condições Econômicas, componente do ICC-Uno, registrou **queda de (13,61%)** comparado ao último mês analisado, conforme demonstrado na **(Figura 2)**, atingindo um valor de **0,553 pontos**. Dentre as categorias que explicam esse comportamento destaca-se a faixa de idade de **24 a 45 anos** com queda de **25,46%** e **0,454 pontos**, e homens com queda de **24,37%** e **0,545 pontos**.

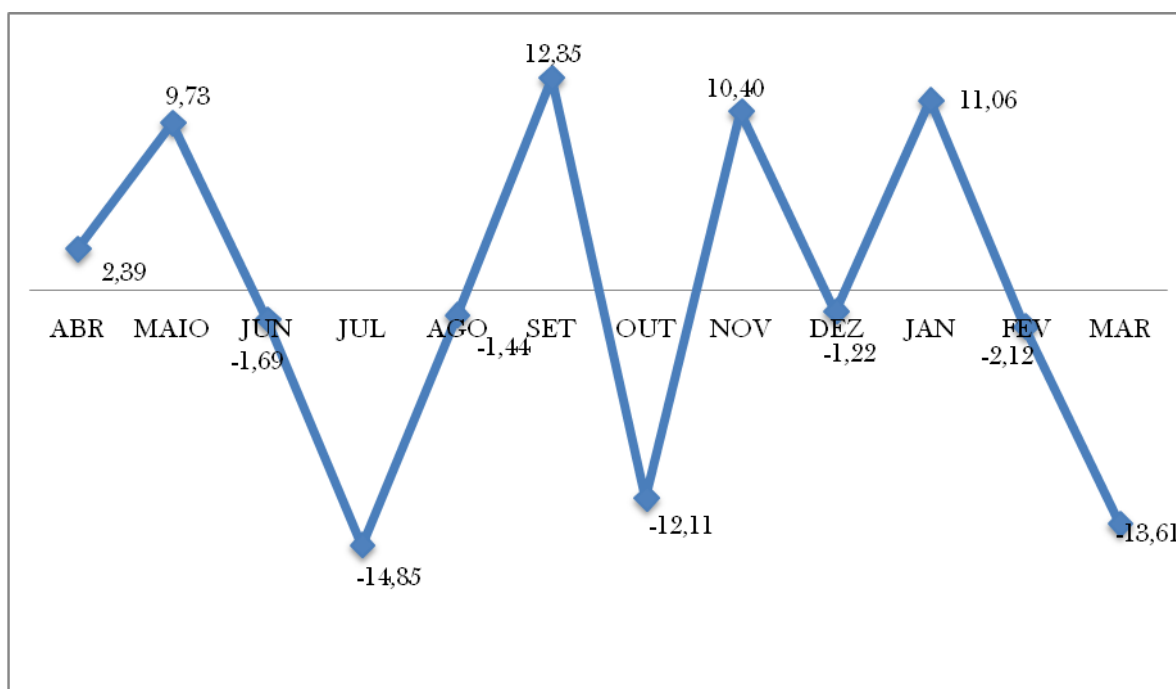


Figura 2 - Taxa de Variação Mensal do Índice de Condições Econômicas - ICE

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**.

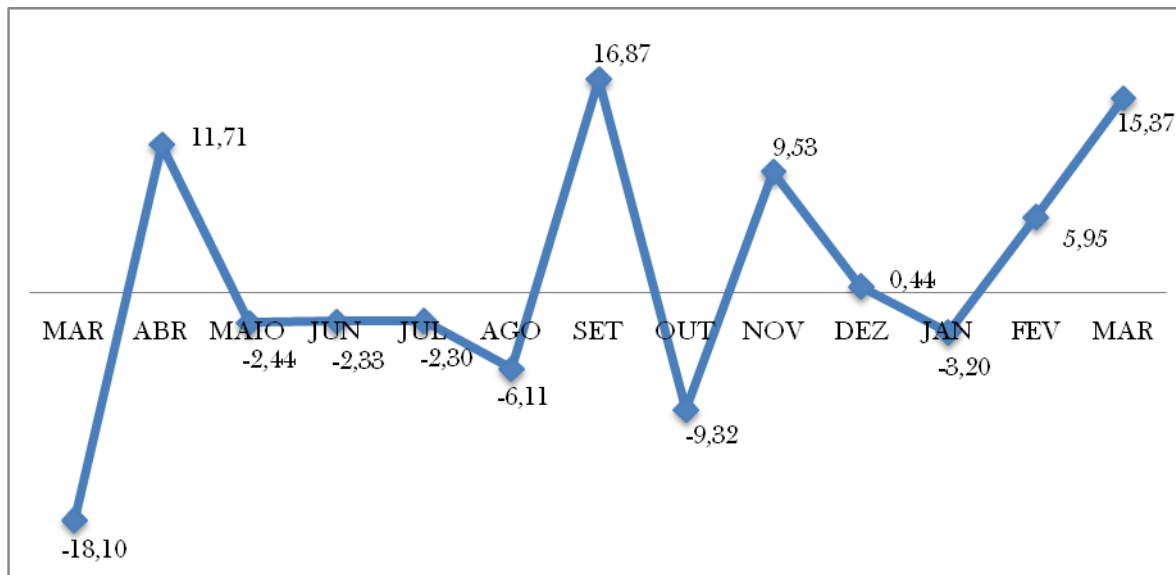


Figura 3 - Taxa de Variação Mensal do Índice de Expectativas de Consumo (IEC)

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

De acordo com a perspectiva, a Figura 3 registra a evolução nas expectativas de consumo. A variação positiva em março não reflete os resultados adquiridos durante o período de 2015. Essa variação é reflexo da páscoa, 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\$ 514,22 com gastos extras³**, o que representa uma propensão média a consumir de **28,14%** em relação à renda. Entre os homens a propensão ao consumo é mais elevada, sendo **31,49%**; no grupo de mulheres este valor chega a **24,35%**. No mês de março de 2016 os consumidores homens pretendem gastar em média **R\$ 623,00**, nesse grupo aqueles que responderam fazer compras pela internet vão gastar **R\$ 244,60 em média**. No que refere as mulheres **R\$ 420,14** são gastos extras e **R\$ 152,33** compras pela internet.

³ 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 **Março**, o Endividamento e Inadimplência do Consumidor chapecoense, **IEIC**, apresentou variação positiva de **2,16%** em relação ao mês de fevereiro fechando o mês com índice de **0,878 pontos**.

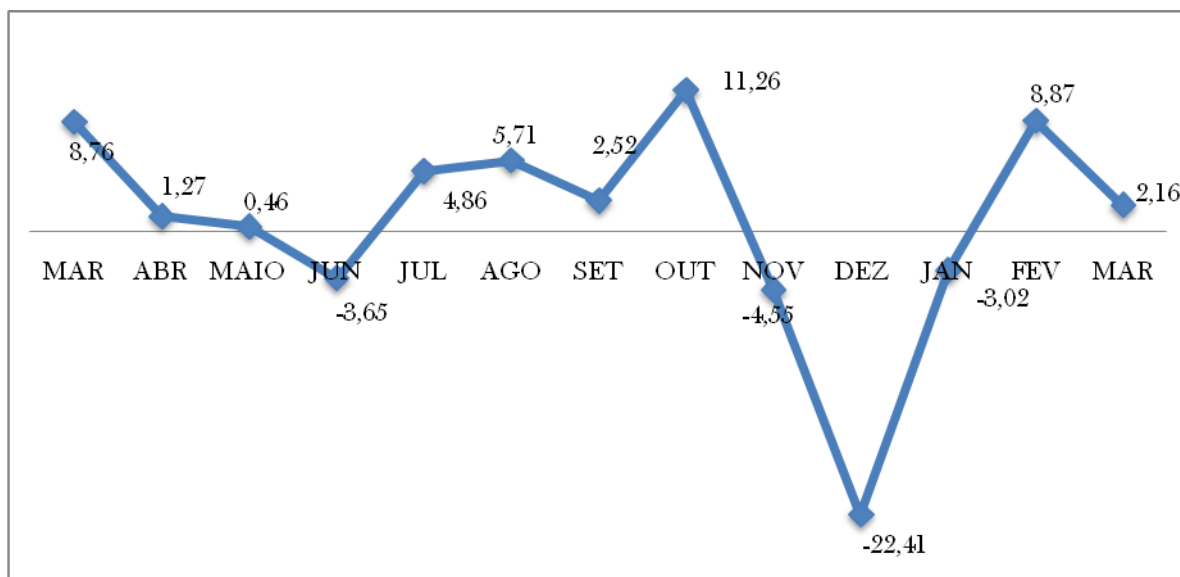


Figura 4 - Taxa de Variação Mensal do Índice de Endividamento e Inadimplência do Consumidor - IEIC

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

De acordo com a figura 4 a variação da inadimplência e endividamento⁴ em março apresenta um crescimento em decorrência principalmente do carnaval e início das aulas. Em março de 2016 são cerca de **53,49%** que possuem obrigações a pagar e **9,30%** obrigações em atraso. Considerando as obrigações a pagar, as principais envolvem o **cartão de crédito, crediário de loja, financiamento de carro e casa**. No caso das obrigações em atraso está incluído o **cartão de crédito, crediário de loja e empréstimo pessoal**.

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