

Federação do Comércio de Bens, Serviços e  
Turismo de Santa Catarina



Intenção de Consumo das Famílias

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC  
Maio de 2021

## **SUMÁRIO**

<b>SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>2</b>
<b>MOMENTO ATUAL: EMPREGO E RENDA .....</b>	<b>4</b>
<b>CONDIÇÕES DE CONSUMO: ACESSO AO CRÉDITO, MOMENTO PARA DURÁVEIS E CONSUMO .....</b>	<b>7</b>
<b>PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO .....</b>	<b>11</b>
<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>14</b>

## **SUMÁRIO EXECUTIVO**

O primeiro trimestre de 2021 ampliou as incertezas no cenário brasileiro e em Santa Catarina com o recrudescimento da pandemia e seus efeitos econômicos no curto e médio prazo. Esse cenário derrubou a Intenção de Consumo das Famílias catarinenses para o menor nível histórico da série em março. Já em abril e maio, com a diminuição das medidas restritivas e as condições sanitárias mais estáveis, as expectativas de consumo voltaram a apresentar variação positiva na passagem mensal, entretanto, o índice permanece apontando expectativas negativas para o consumo das famílias em termos absolutos e no comparativo anual, com queda de 44,70%.

A pesquisa mostrou crescimento nos indicadores da expectativa de renda e no emprego atual. Esse quadro pode estar relacionado à entrada em circulação da concessão dos benefícios de transferência de renda, à antecipação do pagamento do 13º salário do INSS e ao programa de preservação e manutenção de emprego e renda. De outro lado, o nível de consumo atual renova mínima histórica ao retrair 1,29% no mês e atingir 21,2 pontos. Ainda que a variação no mês (-1,3%) seja inferior à média dos últimos 12 meses (-10,0%), a queda se mantém numa velocidade extremamente preocupante e alcança o 14 mês seguido de movimento negativo. Esse resultado no consumo pode estar associado aos impactos inflacionários que corrói o poder de compra dos consumidores.

A tendência da retomada apontada nos últimos dois meses ainda é incerta e o avanço consistente depende da ampliação da imunização, inclusive, estudo realizado pelo Ministério da Economia e divulgado em Boletim Macrofiscal de maio aponta que para cada aumento de dez pontos percentuais nas doses aplicadas por 100 habitantes, há uma revisão para cima do PIB em 0,13 pontos percentuais, na média. Portanto, o efeito positivo da imunização deve refletir na maior segurança no retorno ao trabalho e na diminuição do isolamento social, assim, há elevação das atividades econômicas, principalmente no setor de serviços e comércio, os mais afetados pela pandemia. Além disso, amplia as expectativas dos consumidores e empresários para sinais otimistas quanto à recuperação.

**Intenção de Consumo das Famílias (ICF) catarinenses volta a reagir de maneira sutil em maio, mas segue abaixo das expectativas do início do ano e do nível pré-pandemia**

*O indicador ficou em 51,4 pontos numa escala de 0 a 200*

INDICADOR	mai/21	VARIAÇÃO MENSAL	VARIAÇÃO ANUAL
Emprego Atual	64,3	2,71%	-41,38%
Perspectiva Profissional	79,4	-3,87%	-24,94%
Renda Atual	51,6	1,34%	-54,92%
Acesso ao Crédito	56,9	-0,23%	-38,17%
Nível de Consumo Atual	21,2	-1,29%	-72,26%
Perspectiva de consumo	41,8	4,10%	-53,98%
Momento para duráveis	44,7	2,80%	-27,55%
ICF	51,4	0,46%	-44,70%

Após atingir a mínima histórica no encerramento do primeiro trimestre de 2021 (março em 50,6 pontos), a Intenção de Consumo das Famílias atingiu 51,4 pontos em maio, com acréscimo mensal de 0,46%, a segunda alta consecutiva. Contribuíram para esse resultado de maneira positiva a Perspectiva de Consumo, que aumentou 4,10% e o Momento para Duráveis (+2,8%). Do lado oposto, a Perspectiva Profissional interrompe movimento de alta e encerra o mês com a maior queda dentre os indicadores (-3,87%). Além disso, o Nível de Consumo Atual renova mínima histórica ao retrair 1,29% no mês e atingir 21,2 pontos.

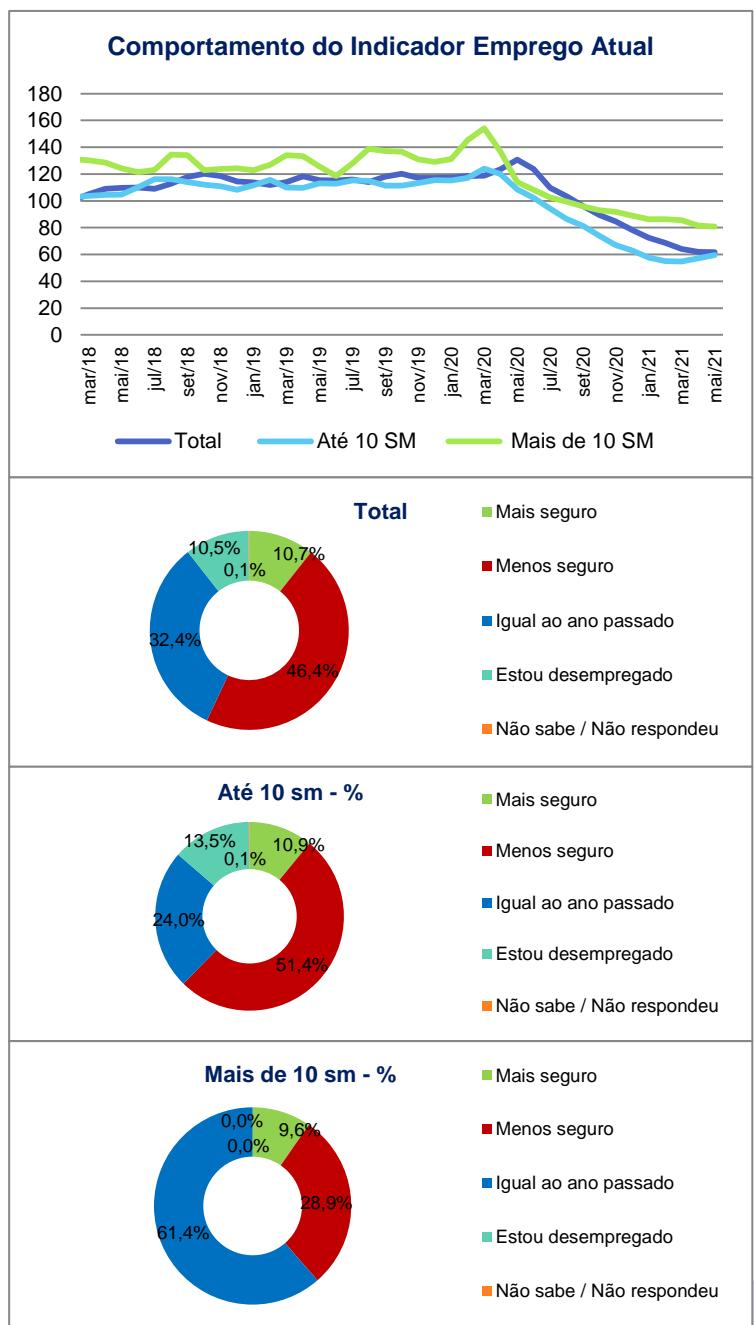
A pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias permite avaliar tanto a situação atual quanto as expectativas e perspectivas dos principais aspectos relacionados ao consumo no estado de Santa Catarina. Também é possível analisar os dados conforme recorte de faixa de renda familiar menor ou maior que 10 salários mínimos (SM). A seguir apresentamos a análise das informações referente a maio de 2021.

## MOMENTO ATUAL: EMPREGO E RENDA

**A percepção do consumidor para Renda Atual, após atingir mínima histórica em abril, interrompe movimento de 13 quedas consecutivas; em contrapartida, o Emprego Atual aumenta pelo segundo mês seguido**

A expectativa do consumidor para a **Emprego Atual**, após encerrar o primeiro trimestre de 2021 em mínima histórica ao atingir 61,7 pontos, sofreu movimento de alta pelo segundo mês seguido. Em maio, com certa estabilidade da pandemia e diminuição das medidas de restrições, o índice apresentou alta de 2,7% frente ao mês anterior- esse movimento é insuficiente para elevar as expectativas dos consumidores, que se situam no índice de 64,3 pontos – valor considerado de sólido pessimismo numa escala que vai de 0 a 200. Ao analisar o mesmo período do ano anterior, o índice permanece em tendência negativa de 41,4%, inclusive, naquele período, o índice estava acima dos 100 pontos, apontando perspectiva otimista. O grau negativo (abaixo dos 100 pontos) dos consumidores foi atingido em julho de 2020 e permanece até o presente momento.

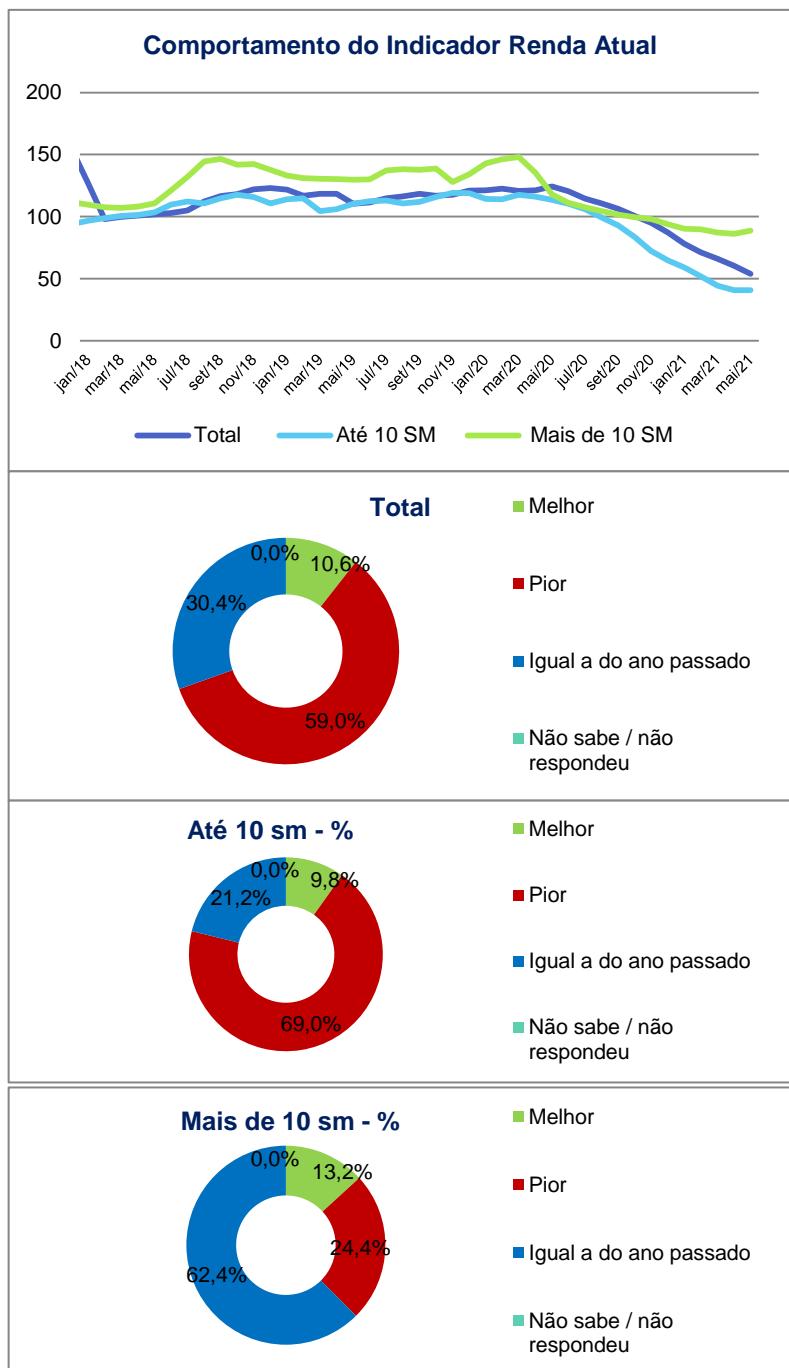
Nesse contexto, 46,4% dos entrevistados indicam que estão menos seguros na permanência do Emprego Atual, patamar similar ao apresentado no mês anterior (48,7%). No entanto, houve acréscimo de 18,9 p.p. comparado ao mesmo período do ano anterior. Em maio de 2020, a maior parte dos entrevistados (37,1%) indicava estar mais seguro com relação ao emprego. Essa reversão é um forte indicativo da crise e das incertezas



sobre o avanço da pandemia na perspectiva dos consumidores quanto à manutenção do emprego atual.

Apesar do movimento positivo também ser observado na criação de postos de trabalho no primeiro trimestre do ano corrente no setor de comércio (+4.173 vagas) e serviços (+ 30.538 vagas), ainda diversos segmentos sofrem impactos negativos. Nesse período, o comércio varejista encerrou 1.666 vagas de emprego, tendência equivalente no segmento de alojamento e alimentação, que fechou 766 empregos. Com relação às faixas de renda analisadas na pesquisa, a tendência acompanha o indicador principal quanto ao grau pessimista das famílias. O impacto do emprego no grau de satisfação parece ser mais sentido para as famílias com renda abaixo de 10 SM, que apontou em abril 59,5 pontos, enquanto, o ritmo das faixas acima da 10 SM acelera o movimento de perda mensal (-1,13%) comparada ao mês anterior e atingiu a mínima histórica da série com índice de 80,7 pontos.

Com relação ao indicador da **Renda Atual**, o movimento de perda mais acelerado que iniciou em outubro de 2020 pode estar perdendo força. O indicador encerrou abril com queda de 5,5% frente ao mês anterior, renovando, assim, mínima histórica em nível de pontos (51,0). Entretanto, depois de 13 quedas consecutivas, o índice voltou a apresentar alta de 1,3% no mês de maio ao situar-se em 51,6 pontos. O indicador permanece sendo um dos mais afetados no comparativo anual, com queda de 54,9%, assim, alcança o segundo pior resultado dentre os indicadores. Esse quadro pode estar relacionado à entrada



em circulação da concessão dos benefícios de transferência de renda, como o auxílio emergencial e à antecipação do pagamento do 13º salário do INSS.

As avaliações das famílias demonstraram que a maioria (59,0%) considerou a renda pior do que no ano passado, diante de 59,4% no mês anterior e 20,2% em maio de 2020. No mesmo período do ano anterior, 34,8% das famílias indicaram renda melhor. Ao analisar as faixas de renda, o impacto no indicador de renda atual é mais acentuado para as famílias com renda até 10 SM. Esse resultado é visível na manifestação de 62,4% das famílias com renda maior, que afirmam ter renda equivalente ao ano anterior, enquanto 69,0% das famílias com renda menor afirmam piora na renda atual.

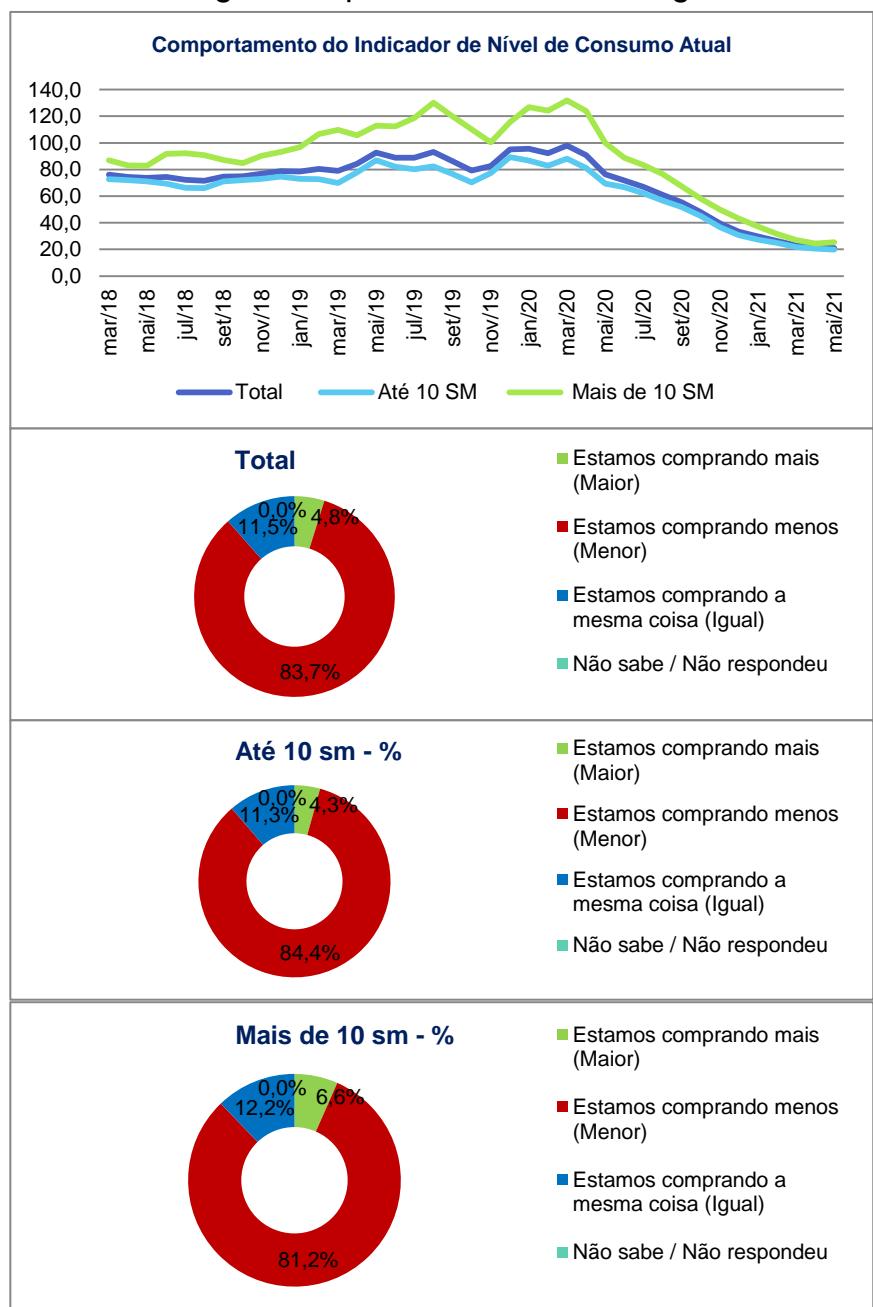
Essa perspectiva negativa da renda pode estar associada às condições inflacionárias mais aceleradas, especialmente, no IPCA que acumula alta em 12 meses de 6,76%. Esse resultado infringe o limite máximo da meta de inflação definida para o ano de 2021 que foi de 3,75%, com margem de tolerância de 1,5 pontos percentuais, para mais ou para menos. No ano, o IPCA acumula alta de 2,35%, maior resultado desde 2016, quando a inflação registrada foi de 3,25%.

## CONDIÇÕES DE CONSUMO: ACESSO AO CRÉDITO, MOMENTO PARA DURÁVEIS E CONSUMO

### Nível de Consumo Atual das famílias afunda e renova novamente mínima história da série

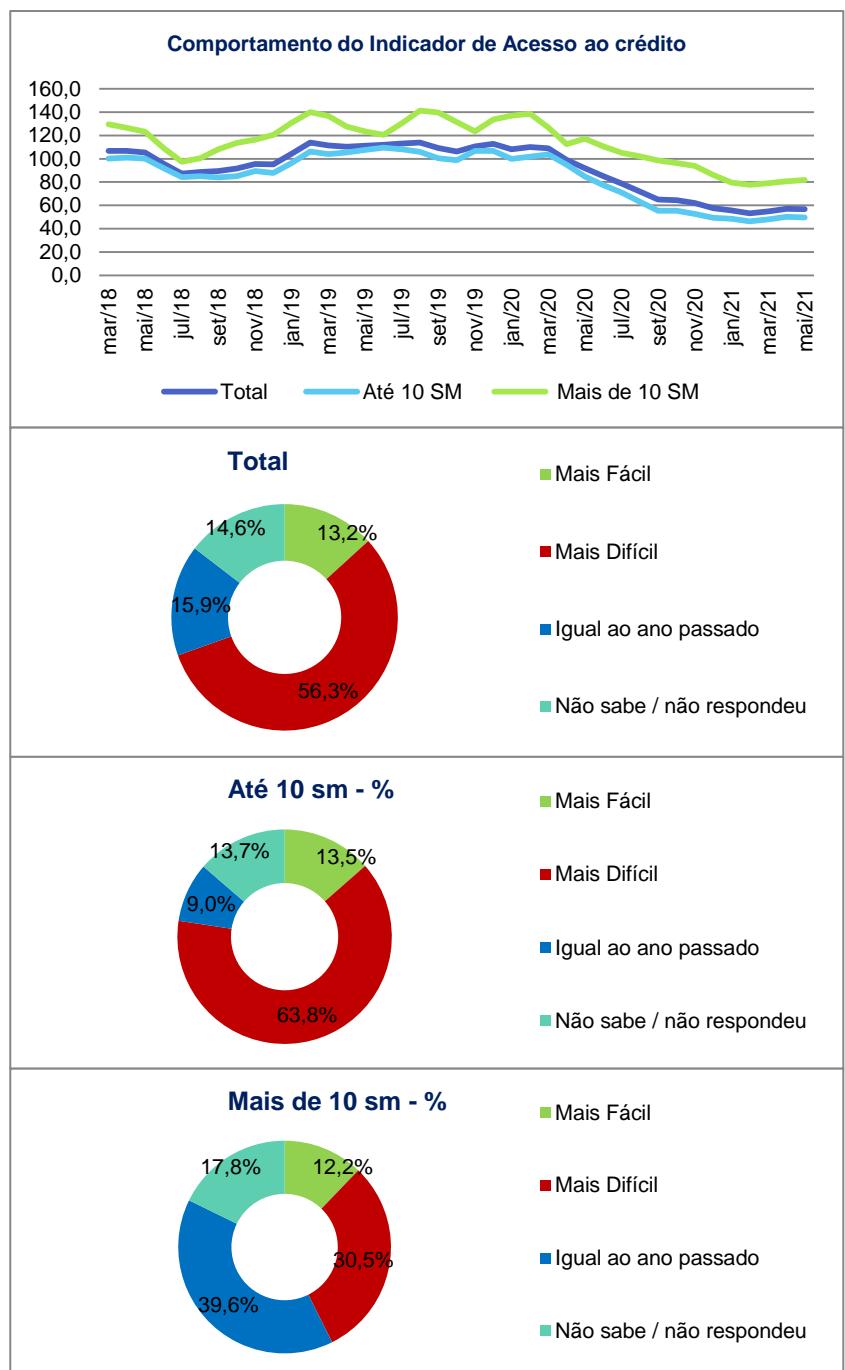
O indicador do nível de **consumo atual** reforça as perdas no ano e encerra maio 72,3% menor que igual período do ano passado e renova mais uma vez a mínima histórica da série ao atingir 21,2 pontos. Este foi o segundo componente mais impactado negativamente no mês ao cair 1,3%. Ainda que o resultado seja inferior à média dos últimos 12 meses (-10,0%), a queda se mantém numa velocidade extremamente preocupante e alcança o 14 mês seguido de movimento negativo.

É interessante analisar que o impacto da pandemia sobre o nível de consumo ocorreu de maneira bastante similar para as duas faixas de renda analisadas. Na evolução mensal média dos últimos 12 meses o nível de consumo para a faixa de renda de até 10 SM apresentou variação de cerca de -10,4%, enquanto para as faixas maiores a evolução foi de -12,0%. Em termos de pontos, as faixas superiores de renda mantiveram-se em nível sustentadamente maior do que as faixas menores, movimento predominante que deve estar associado à precaução e represamento, com constituição de reservas em poupança e investimentos.



A pesquisa aponta que 83,7% dos consumidores relatam estarem comprando menos do que antes e apenas 4,8% afirmam estarem comprando mais que antes em maio do ano corrente. Valores adversos na comparação com maio de 2020, onde 43,4% das famílias indicavam estarem comprando menos do que antes e 24,1% comprando mais. Com relação às faixas de renda, esse cenário é equivalente para ambos os grupos. Para 84,4% dos entrevistados, com renda acima de 10 SM, relatam estarem comprando menos que antes e 81,2% para famílias com renda abaixo de 10 SM também indicam menos compras. Essa queda no consumo pode estar relacionada aos impactos inflacionários, que corrói o poder de compra dos consumidores, bem como das incertezas em relação ao avanço da pandemia e os impactos na economia.

Com relação ao indicador de **Acesso ao Crédito** no comparativo anual a tendência negativa é mantida, com queda de 38,2% em relação ao ano anterior. No comparativo mensal, após recuperação no mês de março e abril, o índice volta a reduzir na margem, com queda de 0,2%. O indicador mantém-se em termo absoluto indicando perspectiva negativa das famílias para o acesso ao crédito ao situar-se em 56,9 pontos. A interrupção dos avanços anteriores neste mês não possibilita uma análise de tendência em relação ao comportamento para os próximos meses.

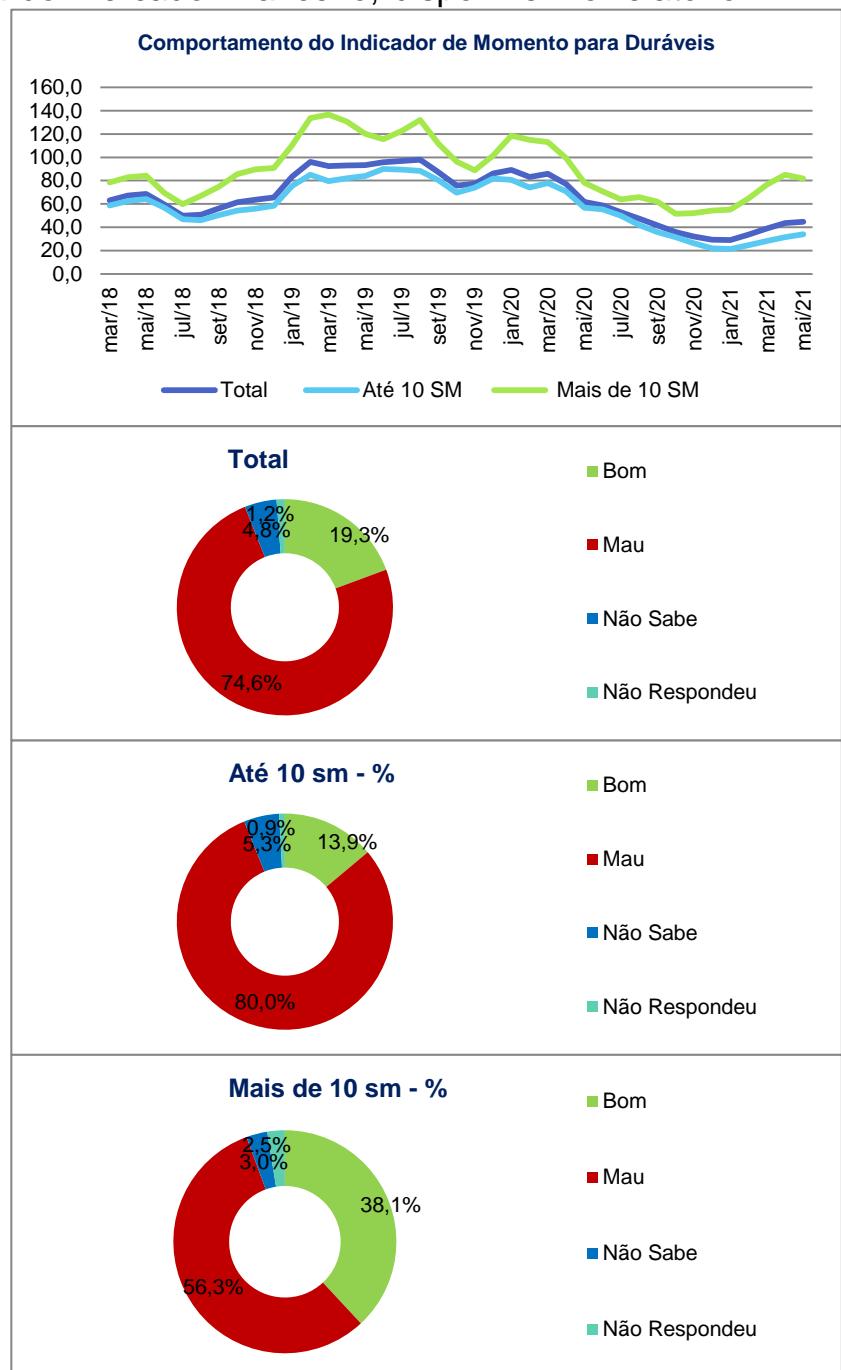


Importante lembrar que em maio houve nova elevação da taxa de juros de mercado (SELIC), passando de 2,75% a.a. para 3,5% a.a. Além disso, o Comitê de Política Monetária (Copom) sinalizou nova alta em igual magnitude para a próxima reunião, marcada para dia 15 e 16 de junho, podendo alcançar 4,75% ao ano. Já a expectativa do mercado financeiro, disponível no relatório Focus de 21 de maio de 2021, é que SELIC encerre 2021 em 5,5% e 6,5% para 2022 Assim, à princípio, deve-se ter um viés de alta na taxa pelos próximos tempos.

A proporção das famílias que acreditam que comprar a prazo está mais difícil permaneceu estável, alcançando 56,3% no mês, perante 56,9%, em abril. Ao comparar com maio de 2020 (32,0%) houve avanço de 24,3 p.p, essa proporção mais elevada pode ser oriunda das diminuições de linhas de crédito, restrições financeiras, falta de garantias ou da ampliação dos juros.

Considerando o recorte de faixa de renda, às famílias com renda superior a 10 SM ultrapassaram em setembro/2020 o limiar que passa a considerar desfavorável o acesso ao crédito e a partir de novembro converge com a tendência das famílias com faixas abaixo de 10 SM. Na média da variação mensal em 12 meses, os grupos de renda são divergentes na proporção, mas equivalente no movimento de diminuição, com queda de 4,2% (até 10 SM) e -2,9% (acima de 10 SM).

O momento para duráveis permanece com movimento positivo pelo quarto mês seguido, registrando o segundo maior crescimento entre os



componentes do ICF em maio. Em relação ao mês anterior a variação foi de 2,8%, minimizando as perdas ocorridas nos meses anteriores. No contexto anual, a variação reduziu-se para 27,6% comparado ao mesmo período do ano anterior.

Importante notar que em termo absoluto, o momento para duráveis situa-se abaixo dos 100 pontos por 53 meses seguidos (desde dezembro de 2016), o que indica a persistência do patamar negativo mesmo antes da pandemia. O indicador está atualmente em 44,7 pontos, após atingir a baixa recorde de 29,0 pontos em janeiro de 2021 considerando a série histórica iniciada em 2010. Esse nível é considerado ainda muito preocupante em termos absolutos.

Com relação às faixas de renda, o impacto da pandemia ocorreu inicialmente de maneira mais intensa sobre as faixas de renda mais altas, que até março de 2020 se encontravam em patamar considerado favorável (acima de 110 pontos) e tiveram reversão de tendência, passando a indicar patamares abaixo dos 100 pontos. Entretanto, as famílias com faixa de renda até 10 SM já enfrentavam tendência negativa para o consumo de duráveis desde dezembro de 2016, momento que o nível de pontos estava acima dos 100.

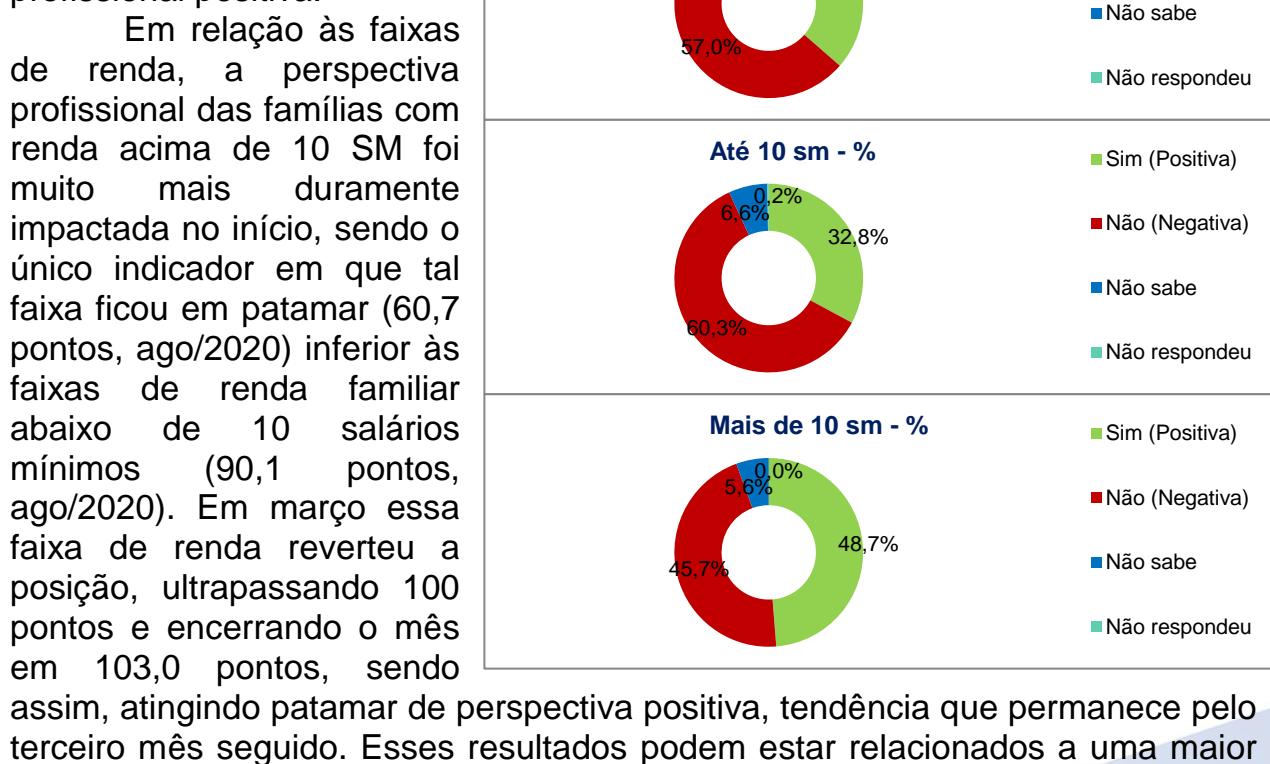
A parcela de consumidores que acreditam ser um momento negativo para compras deste tipo de produto atingiu 74,6%, abaixo dos 75,3%, observados no mês anterior. A proporção dos consumidores que acreditam ser um momento positivo para essas compras alcançou 19,3%.

O elevado patamar pessimista reflete a maior restrição no acesso ao crédito observada na prática, assim, como é uma reação por parte dos consumidores frente ao cenário de incerteza futura, que o leva a adotar uma postura conservadora no consumo, evitando realizar gastos mais vultosos e o possível comprometimento da renda. O reflexo dessa perspectiva negativa pode ser verificado no volume de vendas para o setor de veículos, motocicletas, partes e peças que atingiu em março de 2021 queda de 2,6% no acumulado dos 12 meses.

## PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO

O indicador de **perspectiva profissional** encerrou o movimento mensal positivo de cinco meses consecutivo, ao diminuir 3,9% em maio frente ao mês anterior. Comparado ao mesmo período do ano anterior, a diferença permanece negativa, fechando em -24,9%. Importante notar que mesmo com a retomada mensal positiva, em termos de valor absoluto, o indicador encontra-se em nível de percepção pessimista (79,4 pontos). Isso significa que a maioria dos catarinenses está em uma situação pessimista em relação à sua perspectiva profissional, o que certamente influencia as decisões de consumo das famílias.

A maior parcela das famílias (57,0%) demonstrou uma perspectiva profissional negativa em abril de 2021, enquanto, este valor foi de 54,9% no mês anterior e de 43,3%, em maio de 2020. Naquele ano, 49,2% das famílias entrevistadas indicaram perspectiva profissional positiva.



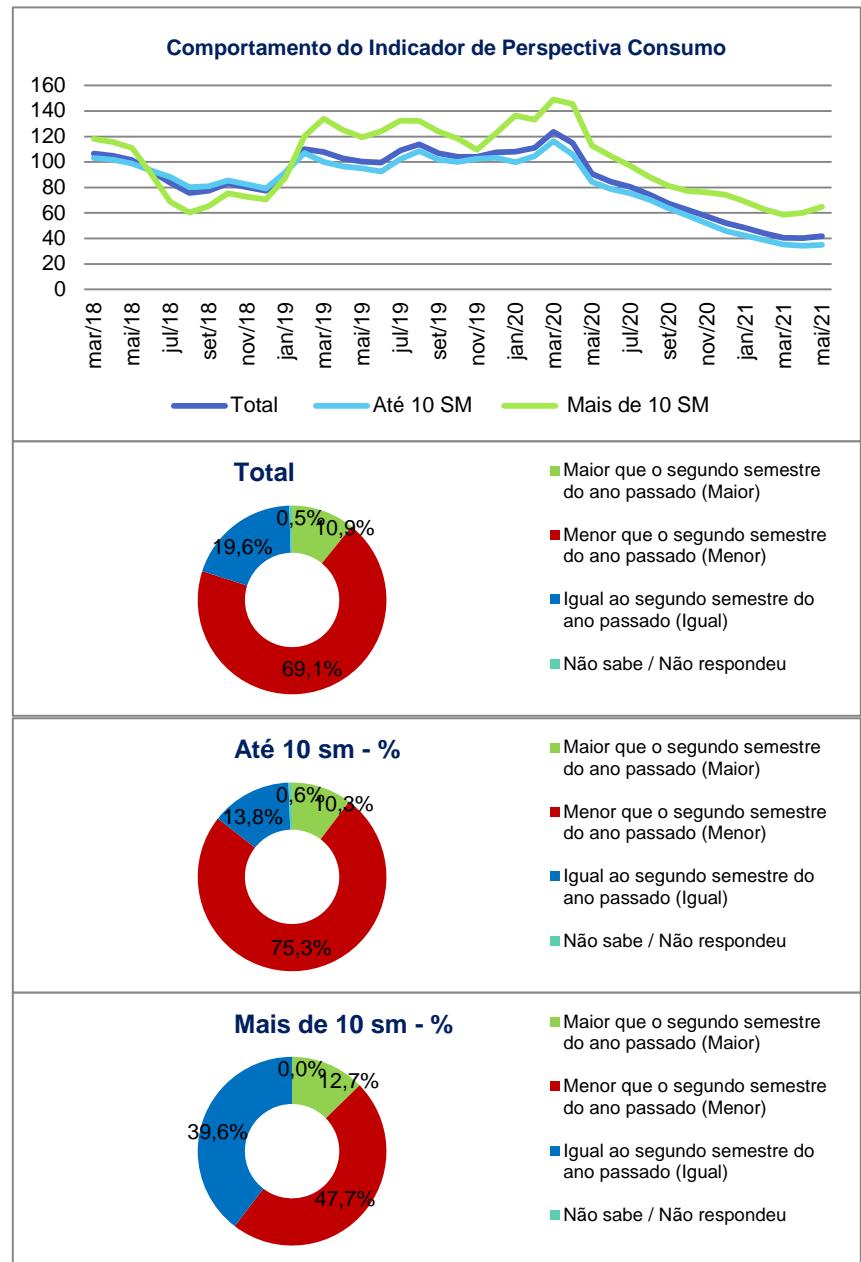
assim, atingindo patamar de perspectiva positiva, tendência que permanece pelo terceiro mês seguido. Esses resultados podem estar relacionados a uma maior

sensibilidade relativa das atividades profissionais dessas faixas de renda, como também por assimetrias de informação em relação ao impacto da crise em seu setor e carreira. Inclusive, nessa faixa a maior parte dos entrevistados (48,7%) indica perspectiva profissional positiva. Já com relação à faixa de renda até 10 SM, as perspectivas profissionais continuam abaixo dos 100 pontos, indicando tendência pessimista em relação à expectativa profissional, encerrando maio em 72,6 pontos, queda de 2,2% na passagem do mês. Nessa faixa de renda menor, 60,3% dos entrevistados afirmam expectativa negativa para a profissão.

A **perspectiva de consumo** interrompeu o ritmo mensal de variação negativa que seguia durante os últimos 13 meses, ao situar-se no mês em 41,8 pontos, acréscimo de 2,8% frente ao mês anterior. Em comparativo anual, o indicador apresenta a menor variação negativa dentre os demais componentes, com queda de 24,9%.

Apesar da alta nesse mês, o nível do indicador ainda apresenta riscos futuro, pois a trajetória crescentemente pessimista pode persistir por diversos meses, como foi observado durante a crise de 2016, quando chegou a atingir o fundo de apenas 35,9 pontos em junho de 2016 após um pico de 121,1 em novembro de 2014. Além disso, fato que agrava o momento é que as perspectivas de consumo não anteciparam as perdas no nível atual, mas ao contrário as acompanharam, e sua velocidade de queda é mais rápida e constante do que a observada na crise anterior.

Importante notar que a aceleração das perdas nos níveis atuais de consumo apresenta uma divergência entre as perspectivas. Os resultados



indicam que as perspectivas se encontram em patamar superior ao nível atual de consumo, sendo assim, pode resultar em uma melhora dos níveis atuais na medida em que tais perspectivas menos negativas se concretizem e passarem a reverter sua variação negativa, apesar da tendência dos últimos meses ter sido de queda sustentada em ambos os indicadores.

Para 69,1% dos entrevistados as expectativas de consumo para os três meses seguintes serão menores, valor equivalente ao apresentado em março (70,6%). Durante 2021, esse resultado vem apresentando evolução positiva comparada ao mês fevereiro (67,86%) e a janeiro de 2021 (65,19%), ou seja, os agentes econômicos se sentem cada vez mais negativos quanto às incertezas econômicas e à propagação da pandemia. Com relação às faixas de rendas, a expectativa de consumo também é negativa para o grupo acima de 10 SM, mas os cenários são agravados para o grupo com até 10 SM, onde 75,3% das famílias têm previsão de consumo menor para os próximos meses.

## METODOLOGIA

Foram entrevistados na primeira semana do mês consumidores em potencial, residentes no Município de Florianópolis, com idade superior a 18 anos.

Para fixar a precisão do tamanho da amostra, admitiu-se que 95% das estimativas poderiam diferir do valor populacional desconhecido “ $p$ ” por, no máximo 3,5%, isto é, o valor absoluto “ $d$ ” (erro amostral) assumiria, no máximo, valor igual a 0,035 sob o nível de confiança de 95%, para uma população constituída de consumidores em potencial.

Preferiu-se adotar o valor antecipado para “ $p$ ” igual a 0,50 com o objetivo de maximizar a variância populacional, obtendo-se maior aproximação para o valor da característica na população. Em outras palavras, fixou-se um maior tamanho da amostra para a precisão fixada.

Assim, o número mínimo de consumidores a serem entrevistados foi de 500, ou seja, com uma amostra de, no mínimo, 500 consumidores esperou-se que 95% dos intervalos de confiança estimados, com semiamplitude máxima igual a 0,035, contivessem as verdadeiras frequências.