

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

ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC
Abril de 2022

SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO	2
MOMENTO ATUAL: EMPREGO E RENDA.....	5
CONDIÇÕES DE CONSUMO: ACESSO AO CRÉDITO, MOMENTO PARA DURÁVEIS E CONSUMO	9
PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO	14
METODOLOGIA.....	16

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Intenção de Consumo das Famílias Catarinenses (ICF) após encerrar o primeiro trimestre de 2022 em queda reagiu em abril ao avançar 1,4% na passagem do mês. Apesar da alta, a satisfação das famílias está em níveis extremamente baixos, ao situar-se em 53,6 pontos, consolidando dois anos sucessivos nesse patamar. Além disso, o nível de consumo segue inferior ao período pré-crise, queda de 52,2% frente a fevereiro de 2020.

No comparativo anual, houve crescimento de 4,7%, reforçando a tendência de recuperação devido ao cenário epidemiológico mais positivo. Ainda, a elevação no consumo em abril pode ser oriunda do mercado de trabalho mais aquecido, dos impactos da ômicron mais curtos e fracos e dos novos estímulos fiscais, como ampliação da Bolsa famílias/Auxílio Brasil; adiantamento de 13º salários aos beneficiários do INSS; pagamento do abono salarial de 2020, adiado do fim de 2021 para início de 2022 e o saque de R\$ 1 mil do FGTS.

O resultado positivo do mês alcançou a maioria dos componentes do ICF, sendo que nível de consumo atual foi o destaque ao acelerar a recuperação com alta de 33,97%, mas permanece sendo o índice mais impactado pela crise, com perdas de 90,8% frente ao período pré-crise da pandemia.

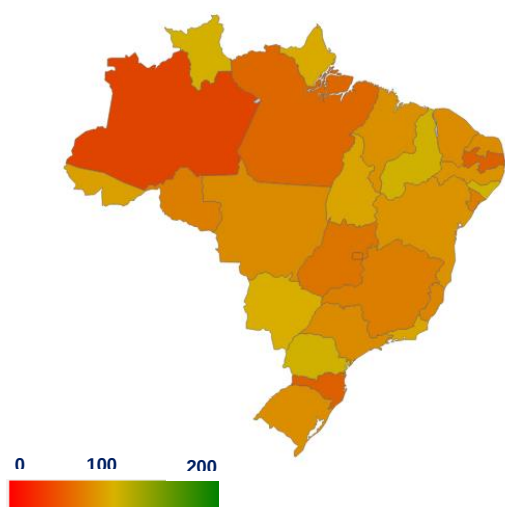
Do lado negativo, houve queda sobre as perspectivas, tanto as profissionais quanto as de consumo, de 2,2% e 0,76%, respectivamente. Assim, os consumidores catarinenses estão mais inseguros quanto aos próximos meses e indicando queda no consumo. Ainda, o índice de momentos para duráveis reduziu -2,19% na passagem do mês e 81,3% das famílias afirmam momento negativo para as compras desse tipo de bens.

Intenção de Consumo das famílias catarinenses volta a reagir em abril ao crescer 1,4%

O indicador ficou em 53,6 pontos numa escala de 0 a 200

Santa Catarina							
Indicadores	fev/20	abr/21	mar/22	abr/22	VARIAÇÃO MENSAL	VARIAÇÃO ANUAL - Igual período	VARIAÇÃO Fev.2020 (pré-pandemia)
Emprego Atual	123,5	62,6	61,6	61,8	0,31%	-1,29%	-50,0%
Perspectiva Profissional	143,2	82,6	74,5	72,9	-2,20%	-11,80%	-49,1%
Renda Atual	121,3	51,0	78,1	81,2	4,00%	59,37%	-33,0%
Acesso ao Crédito	110,0	57,0	60,4	62,8	4,01%	10,12%	-42,9%
Nível de Consumo Atual	92,2	21,4	6,3	8,5	33,97%	-60,36%	-90,8%
Perspectiva de consumo	111,1	40,1	52,3	52,0	-0,76%	29,41%	-53,2%
Momento para duráveis	83,2	43,5	36,8	36,0	-2,19%	-17,23%	-56,7%
ICF	112,1	51,2	52,9	53,6	1,36%	4,70%	-52,2%

Índice do ICF por Estado – Abril de 2022



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) catarinenses avançou 1,4% na passagem do mês, após encerrar o primeiro trimestre de 2022 em queda. No mês anterior, o resultado negativo interrompeu a trajetória de recuperação que permanecia desde dezembro de 2020, era o ciclo positivo mais intenso desde o início da crise da pandemia. No ano, a variação média da intenção de consumo é positiva (-1,8%), resultado oposto ao do ano anterior, quando a média era de -1,5%.

A tendência de recuperação observada em Santa Catarina ocorreu em outras quinze unidades da federação, por isso, o nível otimista avança no país. Em março, somente dois estados tinham índices acima dos 100 pontos (Paraná e Alagoas), já em abril, são quatro (Piauí, Paraná, Alagoas e Roraima).

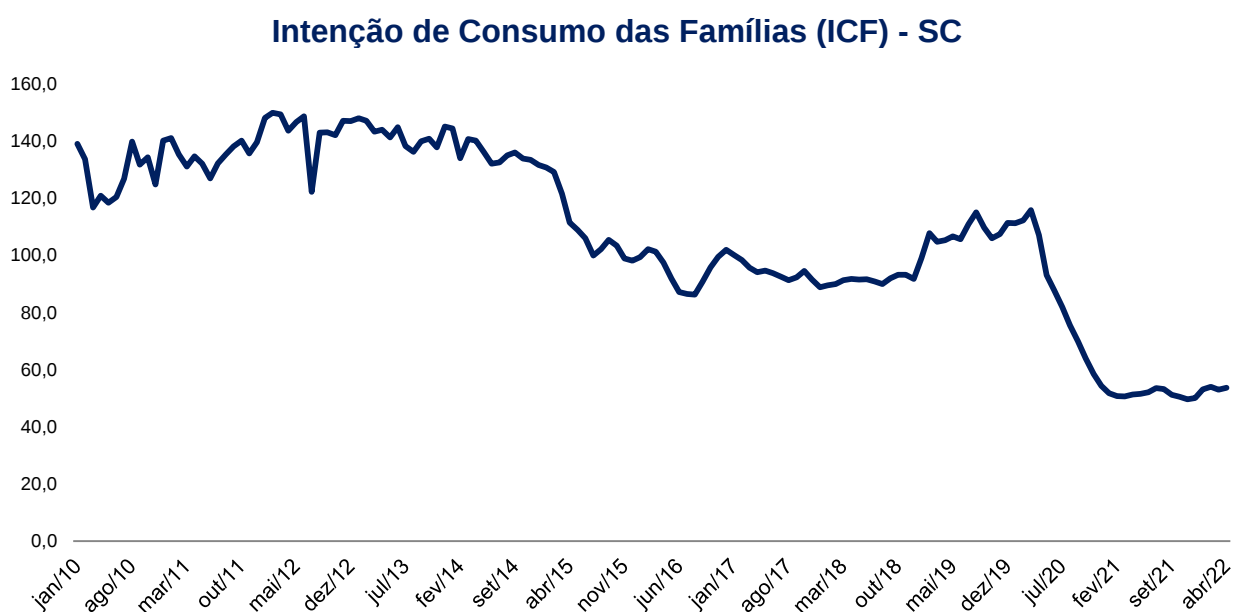
Em 2022, mesmo com as condições financeiras mais apertadas devido à inflação elevada, a confiança das famílias foi reforçada pelo mercado de trabalho mais aquecido, os impactos da ômicron mais curtos e fracos e os novos estímulos fiscais, como ampliação da Bolsa famílias/Auxílio Brasil; adiantamento de 13º salários aos beneficiários do INSS; pagamento do abono salarial de 2020, adiado do fim de 2021 para início de 2022 e o saque de R\$ 1 mil do FGTS.

Apesar da trajetória de recuperação de Santa Catarina, a intenção permanece em nível pessimista ao situar-se em 53,6 pontos. Com esse resultado, as famílias mantêm o ciclo de patamar negativo em termos absolutos

pelo vigésimo quarto mês consecutivo, movimento que equipara a maior sequência negativa desde o início da série histórica em janeiro de 2010, que ocorreu entre fevereiro de 2017 e janeiro de 2019. Entretanto, o panorama atual é mais grave, pois as perdas são mais acentuadas, naquele momento o índice mínimo foi de 88,7 pontos, já nesta fase, o índice atingiu 49,5 pontos. Assim, a deterioração do consumo durante a crise segue elevado e o índice está 52,2% abaixo do período pré-crise.

No comparativo anual, houve alta de 4,7%, após avançar 4,5% em março do ano corrente. A trajetória positiva alcança o quarto mês consecutivo, condição que foi iniciada em janeiro, quando o índice reverteu o movimento negativo que ocorria desde maio de 2020, ou seja, foram vinte meses sucessivas quedas. Esse resultado fortalece o sinal de recuperação das famílias diante de um contexto epidemiológico mais estável comparado a 2021 e 2020.

Em abril, a maioria dos indicadores que compõem o ICF cresceu na passagem do mês, com destaque para o nível do consumo atual (34,0%), o acesso ao crédito (4,0%) e a Renda Atual (4,0%). Porém, do lado negativo, o índice de Perspectiva profissional (-2,20%) e o movimentos para duráveis (2,19%) seguem em queda.

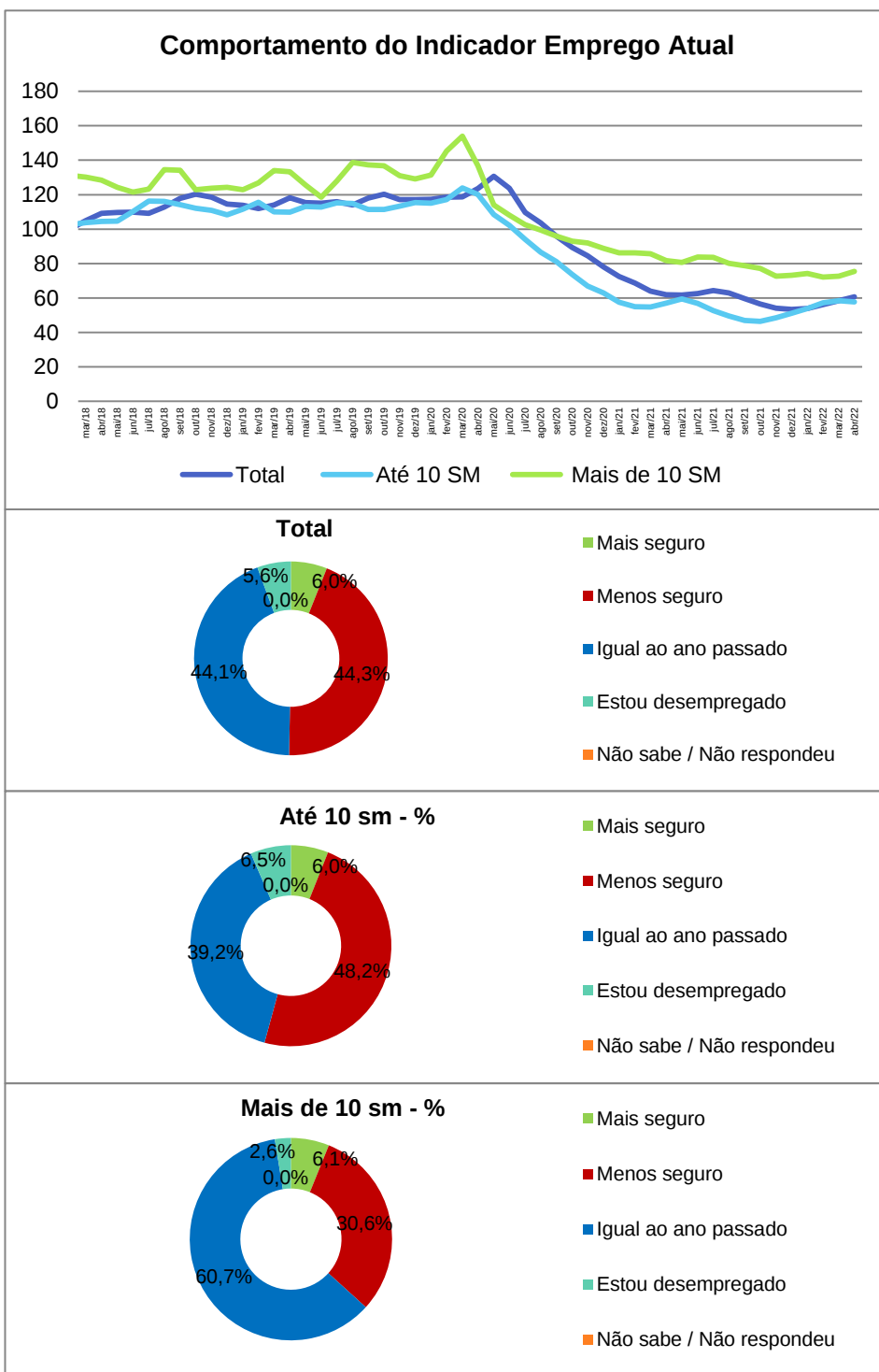


A pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias permite avaliar tanto a situação atual quanto às expectativas e perspectivas dos principais aspectos relacionados ao consumo no estado de Santa Catarina, também é possível analisar os dados conforme recorte de faixa de renda familiar menor ou maior que 10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

MOMENTO ATUAL: EMPREGO E RENDA

A confiança das famílias quanto ao **Emprego Atual** desacelerou o movimento de recuperação, ao crescer 0,3% na passagem do mês, após alta de 1,6% em março. Embora tenha reduzido o ritmo, desde que atingiu a mínima histórica em termos de pontos no mês de outubro de 2021 (53,4 pontos), o índice mantém resultados positivos em seis meses sucessivos, assim, a taxa média de crescimento nesse período foi de 2,5%.

Esse cenário mais positivo está em linha com o mercado formal de emprego no Estado, que avançou fortemente em 2021 e recuperou grande parte dos postos de trabalho, ao criar 167.854 novas vagas de emprego, o quinto melhor resultado em número absoluto dentre as unidades da federação. Em 2022, o mercado de trabalho segue aquecido, ao criar 64.038 novas vagas de emprego, o resultado foi o 2º melhor desempenho em número absoluto dentre os Estados do país. Assim, o Estado atingiu 2,33 milhões de empregados formais em



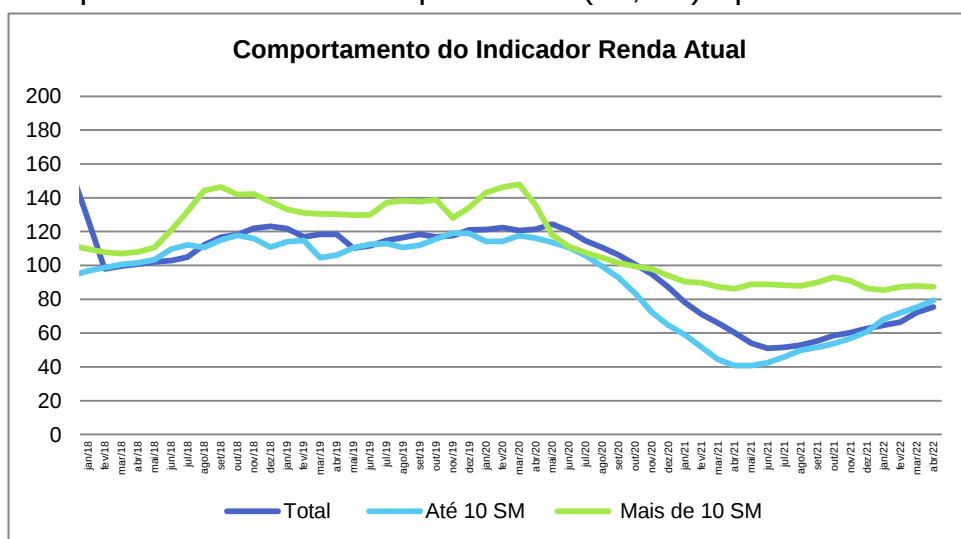
março de 2022, alta de 6,8% em relação ao mesmo período do ano anterior e avanço de 10,8% frente a 2020.

Por outro lado, o resultado segue sendo insuficiente para reverter as perdas e a insegurança das famílias ocasionadas pela pandemia, por isso, o índice está 50,0% menor que do nível pré-crise (fevereiro de 2020). Assim, a condição dos consumidores persiste pessimista, ao situar-se em 61,8 pontos – valor considerado de sólido pessimismo numa escala que vai de 0 a 200. Ainda, o indicador completa 22 períodos consecutivos em patamar negativo, o maior intervalo de insegurança e com perspectivas negativas quanto ao emprego atual desde o início da pesquisa, mesmo nas crises anteriores, as famílias apresentaram momentos otimistas quanto ao emprego.

Na comparação com o mesmo período do ano anterior, a trajetória de queda chegou ao 24º mês consecutivo, ao cair 1,3%. A insegurança das famílias é notada em 44,3% dos entrevistados que indicam estarem menos seguros na permanência do Emprego Atual e apenas 6,0% se sentem mais seguros no emprego. Cenário oposto ao mês de abril de 2020, período do começo da crise da pandemia do COVID-19 no Estado, onde 41,2% das famílias indicaram estarem mais seguras no emprego atual. Outro fator oposto é a quantidade de desemprego, naquele momento a pesquisa apontou 16,0%, enquanto que neste mês, foram 5,6%. Assim, nota-se que mesmo com a recuperação dos postos de trabalho e a redução na taxa de desocupação, a confiança na permanência do emprego é baixa.

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 no mês 57,8 pontos, queda de 0,97% frente ao mês anterior. Já para a faixa acima de 10 SM o índice é de 75,5 pontos, alta de 3,83% diante do mês anterior. Apesar de ambos estarem em patamar pessimista em termos absolutos, a maioria das famílias com renda maior indicam condição equivalente ao ano passado (60,7%) para a permanência no emprego atual, enquanto 48,2% com renda menor afirmam estar menos seguros.

O **indicador da Renda Atual** apresenta o maior intervalo de recuperação dentre os indicadores do ICF, por consequência, é o índice menos afetado pela crise entre os



demais componentes do ICF, ao estar 33,0% menor que em fevereiro de 2020.

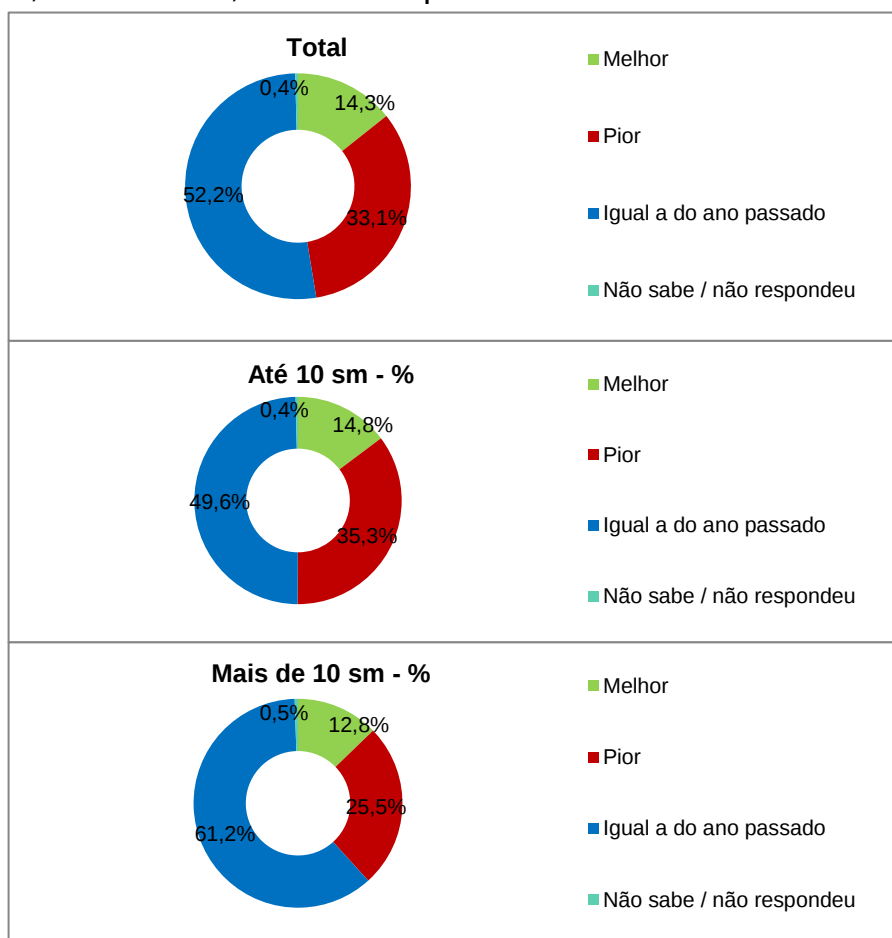
Em abril, a trajetória de crescimento acelerou, alta de 4,0% diante do mês anterior, após crescer 3,5% em março. Esse é o décimo segundo mês consecutivo em resultado positivo, porém, não foi suficiente para reverter o nível de confiança, que segue pessimista, ao situar-se em 81,2 pontos.

Na variação anual, a renda atual acelerou o movimento ascendente ao avançar 59,4% frente a abril de 2021. Esse resultado deve-se à base de comparação reduzida devido aos efeitos da segunda onda do COVID-19, momento mais grave da crise que resultou na sobrecarga do sistema de

saúde no Estado. Naquele momento, o índice atingiu 51,0 pontos, o menor valor da série histórica.

A criação dos postos de trabalho reforça a renda das famílias catarinenses, mas, observa-se que o avanço da renda não está sendo revertido na ampliação do consumo atual, que sofre a maior deterioração dentre os indicadores. Ainda, a renda melhor pode estar atrelada aos valores nominais, pois em termos reais apresenta quedas permanentes. Entre o 1º trimestre de 2021 e 1º trimestre de 2022, o rendimento real dos trabalhadores de Santa Catarina passou de R\$ 3.181,00 para R\$ 2.944,00, queda de 7,45%. Portanto, mesmo com a ampliação da renda, a inflação reduz o poder de compra e mitiga o processo de retomada econômica.

Reforça esse panorama o índice de difusão que saltou de 76,13% para 78,25% em abril do ano corrente, o resultado mais intenso desde janeiro de 2003, quando ficou em 85,4%. Ainda, nota-se trajetória ascendente na elevação de vários produtos pelo terceiro mês consecutivo, inclusive, a média do índice de difusão do ano corrente supera a do mesmo período do ano anterior em 11,3 pontos percentuais, passando de 64,26% para 75,59%. Esse indicador mensura



a proporção de itens com alta de preços em relação aos 377 que são acompanhados pelo IBGE

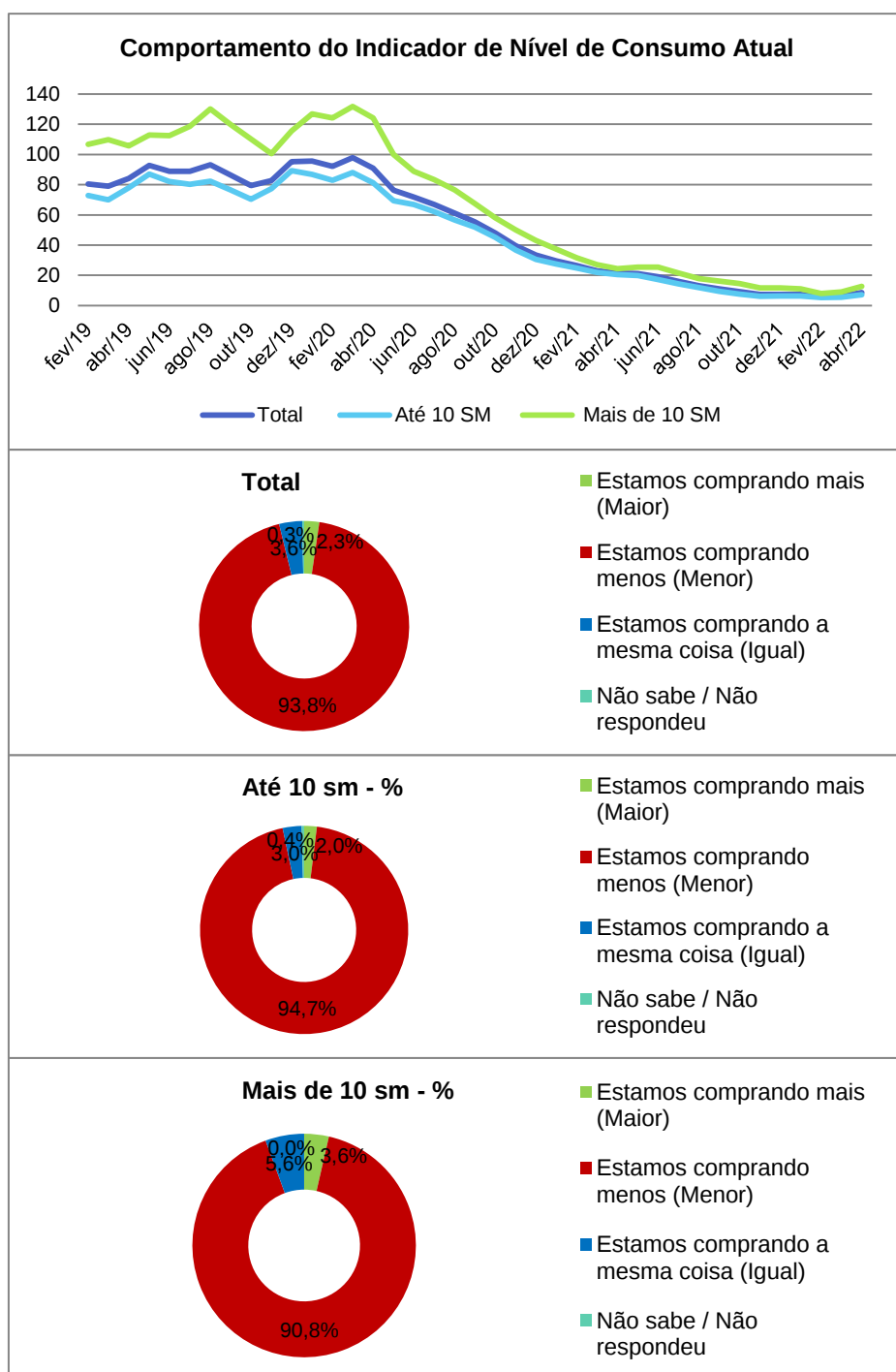
Apesar da evolução no indicador, nota-se que o caminho para reverter as perdas da pandemia ainda é longo. São 33,1% dos entrevistados indicando estar com renda pior que no ano anterior, resultado muito superior ao registrado em igual período de 2020, naquele momento cerca de 18,8% das famílias afirmaram ter renda pior. Cenário equivalente para as famílias com renda melhor, no início da pandemia esse grupo era representava 39,3% dos entrevistados, mas em abril de 2022 foi de apenas 14,3%.

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 25,5% das famílias com renda acima de 10 SM, que afirmam ter renda pior que no ano anterior, enquanto 35,3% das famílias com renda menor que 10 SM indicam essa condição.

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

O **indicador do nível de consumo atual** é o componente com maior impacto negativo do ICF com perdas no comparativo anual de igual período de 60,4% e 90,8% diante de fevereiro de 2020 (pré-pandemia). No ano passado, o índice sofreu forte deterioração, com média mensal negativa de 11,5%, assim, renovou a mínima histórica por quatorze meses consecutivos, o maior ciclo entre os indicadores do ICF na história da pesquisa. Importante notar que o índice já estava em patamares negativos, mesmo antes da pandemia, e sofre efeitos desde a crise de 2015 e 2016, não recuperando a confiança otimista desde fevereiro de 2015. Mas o ciclo da pandemia é mais crítico por estar marcado por mínimas históricas da série.

Em fevereiro de 2022, o índice chegou ao menor nível da série em termos absolutos (5,9 pontos), quando reduziu 25,1%. Após esse resultado, o nível de consumo atual esboça reação, ao crescer pelo segundo mês consecutivo, alta de 7,2% em março e 34,0%



em abril. Apesar do desempenho positivo, o consumo atual está em nível pessimista ao situar-se em 8,5 pontos, o sexto menor patamar da série.

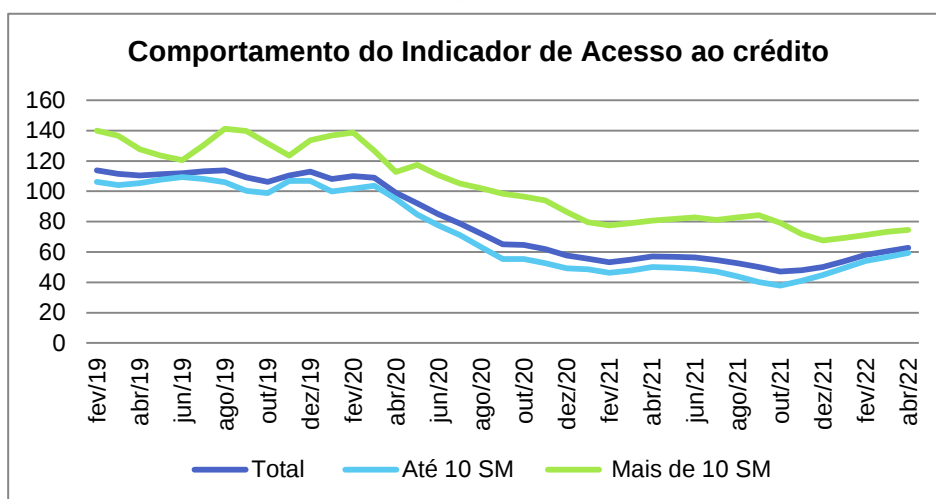
Nota-se que o impacto da pandemia sobre o nível de consumo ocorreu de maneira bastante similar para as duas faixas de renda analisadas, além disso, também está em ciclo de mínimas históricas série neste mês em termos absolutos, alcançando 7,3 pontos na menor renda e 12,8 pontos na maior. No mês, ambas as faixas de renda apresentaram elevação frente ao mês anterior, alta de 30,9% na menor e 40,3% na maior faixa de renda.

A aceleração na deterioração do consumo atual também é visível nas respostas dos consumidores, resultado similar ao mês anterior. A pesquisa aponta que 93,8% dos consumidores relatam estarem comprando menos do que antes e, somente, 2,3% afirmam estarem comprando mais que antes. Valores opostos na comparação igual período do ano de 2020, onde 35,5% das famílias indicavam estarem comprando menos do que antes e 26,4% comprando mais.

Com relação às faixas de renda, esse cenário é equivalente para ambos os grupos. São 90,8% dos entrevistados com renda acima de 10 SM relatam estarem comprando menos que antes e 94,7% para famílias com renda abaixo de 10 SM também indicam esta condição. A queda no consumo está relacionada aos impactos inflacionários, que corrói o poder de compra dos consumidores. Esse resultado é preocupante e indica que a retomada econômica pode ser freada se a intenção foi confirmada.

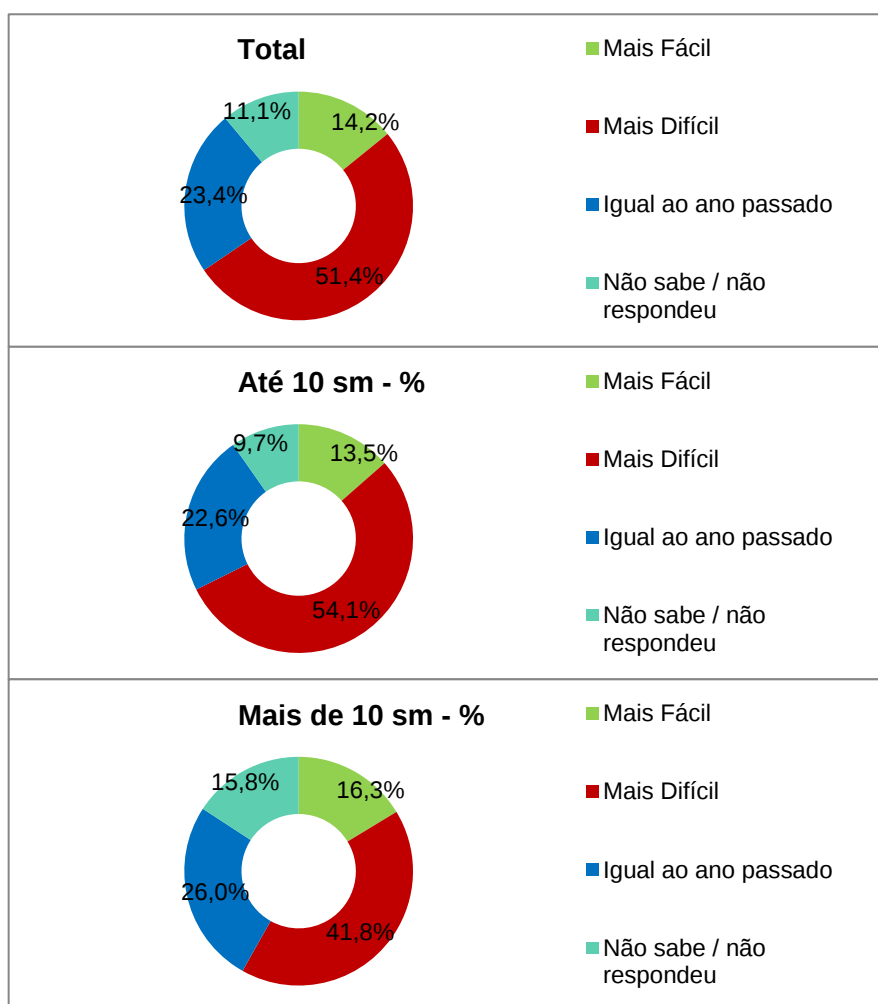
O componente de **Acesso ao Crédito** mantém ritmo de recuperação ao crescer pelo sexto mês consecutivo, alta de 4,0% diante do mês anterior. Essa trajetória ocorre depois do indicador atingir o menor patamar da série histórica da pesquisa em outubro de 2021 (47,1 pontos). Assim, em 2022 o índice apresenta média mensal de crescimento de 5,9%, a maior dentre os componentes do ICF. No comparativo anual, houve variação positiva de 10,1%, após avançar 10,0% em

março. Entretanto, o resultado é insuficiente para reverter as perdas da pandemia, por isso o índice está 42,9% abaixo do patamar pré-crise. Além disso, a confiança das famílias permanece em nível pessimista ao situar-se em 62,8 pontos.



O cenário de dificuldades do crédito está atrelado em parte ao aumento na taxa SELIC que ocorre desde março de 2021, que resultou na elevação da taxa de 2,0% (mínima histórica) para 12,75% ao ano. No âmbito das expectativas de mercado, o aperto monetário deve ser intensificado até atingir 13,25% em 2022, segundo dados do Relatório de Mercado Focus de 29 de abril de 2022. Ainda que a elevação das taxas de juros sugira maior restrição ao crédito, o avanço nesse indicador pode estar ligado à ampliação da liquidez no sistema financeiro para novos empréstimos e financiamentos, medida econômica realizada no início da pandemia, mas que ainda persiste. Além disso, as famílias catarinenses estão apresentando certo equilíbrio orçamentário, resultado demonstrado na pesquisa de endividamento e inadimplência realizada pela entidade. Em abril, as famílias com dívidas e que afirmam estarem “muito endividadas” atingiram apenas 4,3%. Na comparação com igual período do ano anterior, houve redução de 2,4 p.p., mas a queda é mais expressiva ao analisar antes da pandemia, quando o índice estava em cerca de 9,6% em 2018 e 2019 para igual período. Esses fatores impulsionaram a probabilidade de acessar o crédito ou realizar compras de bens e serviços de forma parcelada.

A proporção das famílias que acreditam que comprar a prazo está mais difícil atingiu 51,4% dos entrevistados no mês de abril de 2022, enquanto 14,2% acreditam que seja mais fácil o acesso ao crédito. Na comparação com o grupo de renda, a tendência de crescimento também é notada tanto para o grupo de maior renda (+1,7%), bem como para a menor renda (+4,9%), mas ambos seguem apontando patamares pessimistas em termo absolutos, 74,5 pontos e 59,4 pontos, respectivamente.

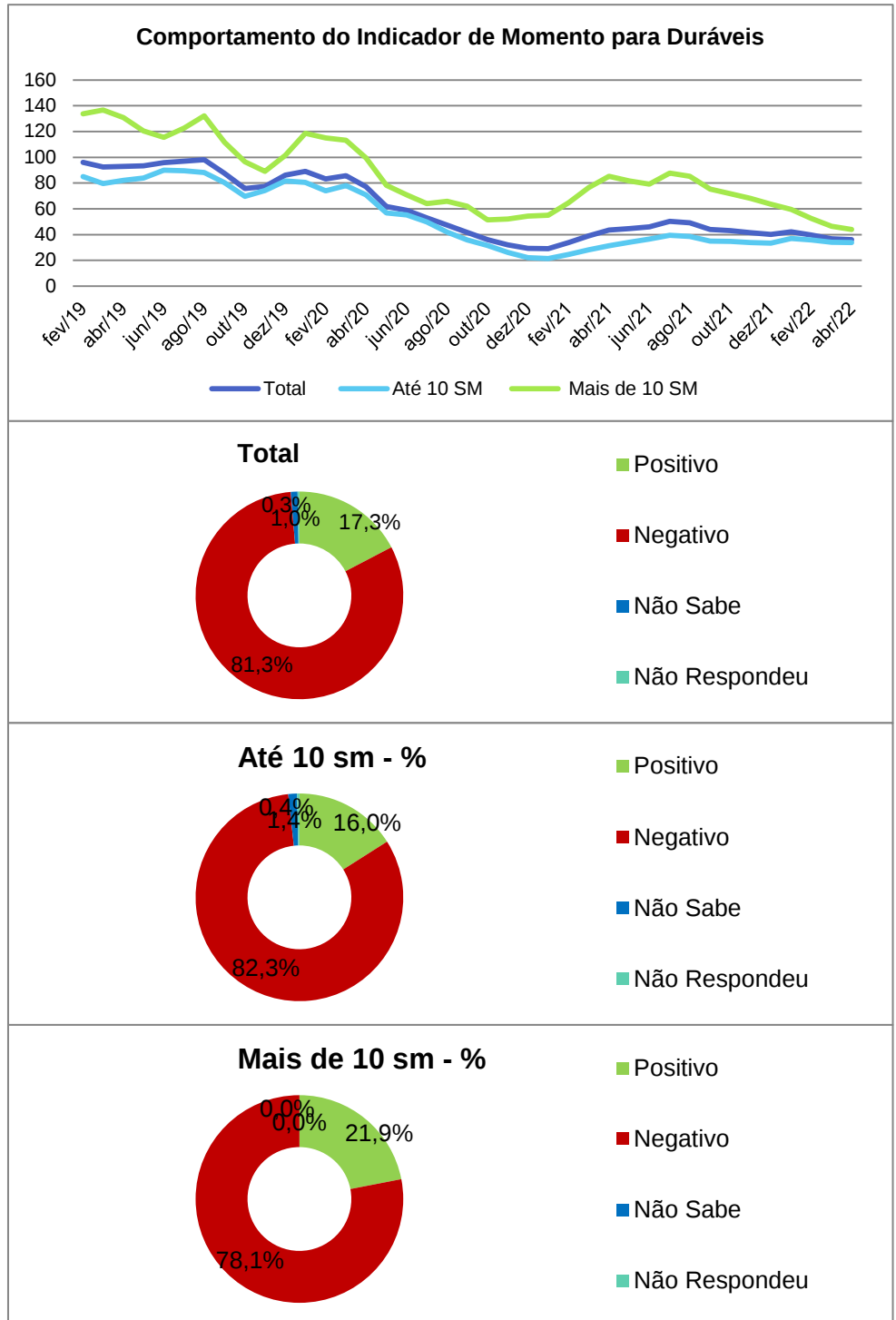


O **momento para duráveis** mantém tendência de negativa pelo terceiro mês seguido, ao cair 2,2% na passagem do mês, após de reduzir 7,1% em março.

No comparativo anual, o índice retrocedeu 17,2%. Importante notar que em termo absoluto, o momento para duráveis situa-se abaixo dos 100 pontos por 64 meses seguidos (desde dezembro de 2016), o que indica a persistência do patamar negativo mesmo antes da pandemia.

Em abril o índice foi de 36,0 pontos. Esse nível é considerado ainda muito preocupante em termos absolutos e mesmo com as medidas físicas de redução do imposto industrializado para bens duráveis em até 25% iniciada em fevereiro por meio do Decreto nº 10.979, de 25 de fevereiro de 2022 o índice não apresentou sinais de recuperação. Ainda, o Governo Federal editou nova alteração na alíquota de impostos para

produtos industrializados em maio do ano corrente (Decreto nº 11.055, de 28 de abril de 2022) para diversos produtos, com reduções de 35% das alíquotas. Essas medidas são alternativas para incentivar o consumo de bens duráveis,



mas com a renda menor e o orçamento das famílias reduzido, até o momento não provocou mudanças na confiança dos consumidores.

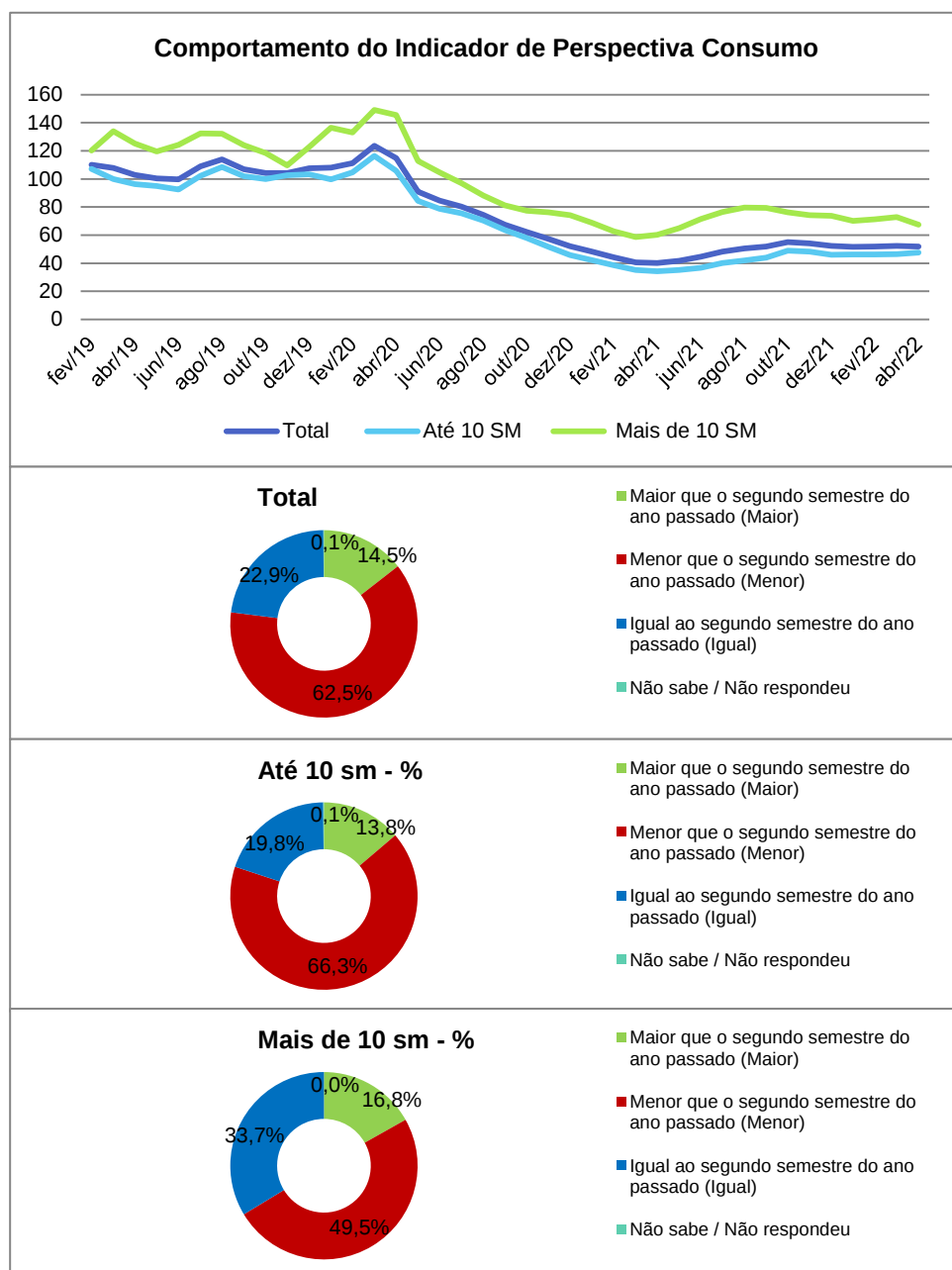
A parcela de consumidores que acreditam ser um momento negativo para compras deste tipo de produto atingiu 81,3%, 0,4 p.p. maior que o mês anterior (80,9%). A proporção dos consumidores que acreditam ser um momento positivo para essas compras alcançou 17,3%, queda 0,5 p.p. diante do mês passado (17,7%). O elevado patamar pessimista reflete a maior restrição no acesso ao crédito observada na prática e a elevação dos juros de mercado comparado ao ano anterior, 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.

PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO

A **perspectiva de consumo** interrompeu o movimento de alta na passagem do mês, ao cair 0,8% diante do mês anterior, após alta de 0,8% em março. No comparativo anual, o ritmo da recuperação é forte, ao crescer 29,4%, resultado equivalente ao do mês anterior e após crescer 17,8% em fevereiro e 7,0% em janeiro de 2022. Apesar da queda, a média mensal de variação em 2022 é de estabilidade (-0,1%), assim, as perspectivas de consumo em patamar positivo são essenciais para minimizar ou evitar quedas maiores do ICF e, ainda, possibilita que o consumo atual mantenha o crescimento caso essas expectativas sejam concretizadas.

As famílias permanecem com nível de confiança sobre o consumo futuro negativo ao considerar o índice em termos absolutos, ao situar-se em 52,0 pontos. Outro ponto de destaque é que o nível do indicador ainda apresenta riscos futuro,

pois a movimento 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, o índice está 53,2% menor que o período pré-pandemia, resultado que mostra que os impactos e as incertezas persistem.



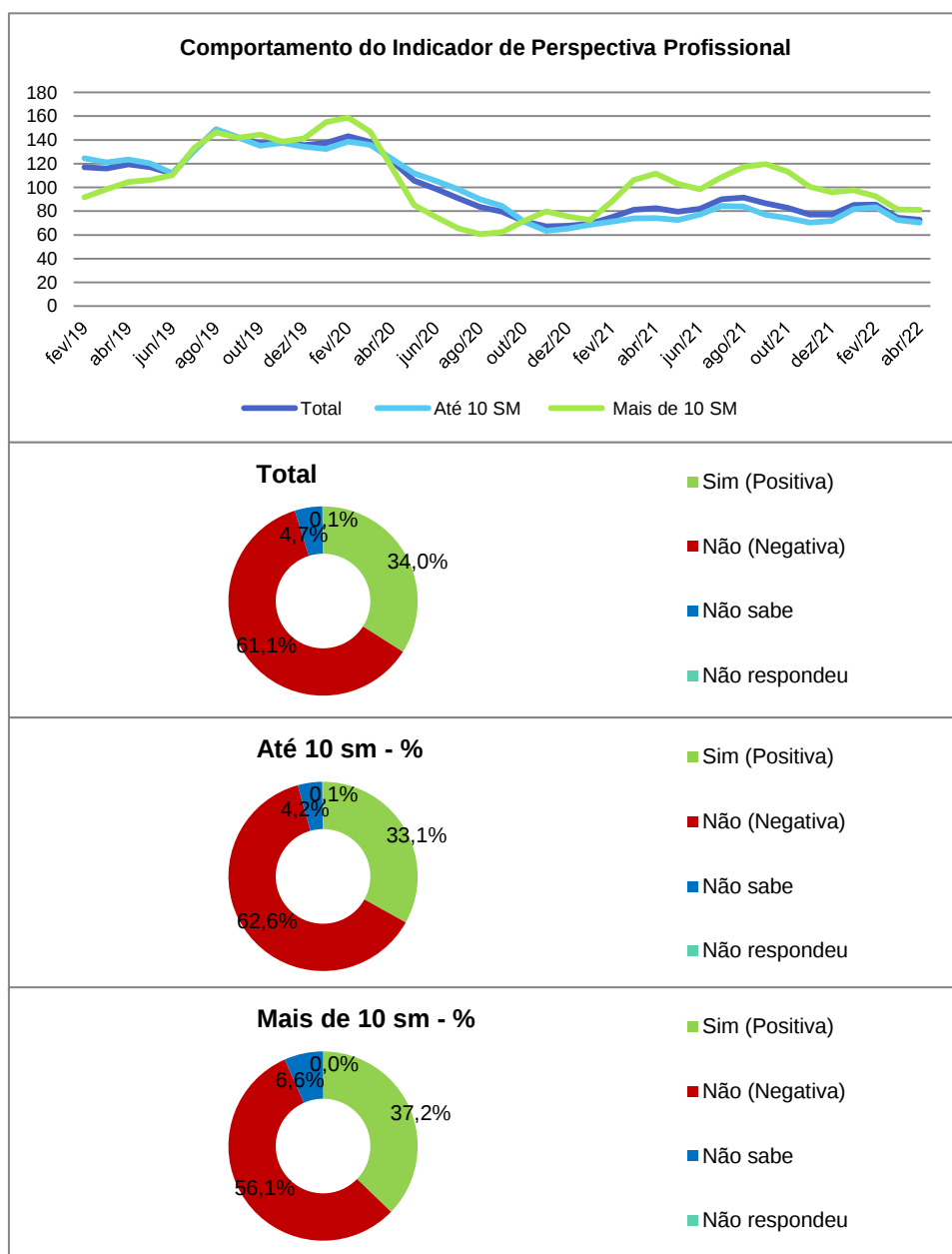
Para 62,5% dos entrevistados as expectativas de consumo para os três meses seguintes são menores, crescimento de 1,2 p.p. diante do mês anterior (61,3%). Com relação às faixas de rendas, a expectativa de consumo também é negativa para o grupo acima de 10 SM, mas os cenários são agravados para o grupo com até 10 SM, onde 66,3% das famílias têm previsão de consumo menor, enquanto 49,5% com renda maior afirmaram essa condição.

O indicador de **perspectiva profissional** desacelerou o ritmo negativo ao retroceder 2,2% na passagem do mês, depois da queda de 12,8% em março de 2022. Assim, o índice mantém cenário negativo na média mensal de variação em 2022 de 1,1%%, e por isso, está 49,1% menor que no período pré-crise.

A taxa negativa também foi apresentada no comparativo com igual período do ano anterior, redução de 11,8%. Portanto, a perspectiva profissional permanece em nível de percepção pessimista, ao situar-se em 72,9 pontos.

A maior parcela das famílias (61,1%) demonstrou uma perspectiva profissional negativa em abril de 2022, alta de 0,8 p.p. frente ao mês anterior. São 34,0% que acreditam em perspectivas profissionais positivas no mês, queda de 0,8 p.p. diante do período anterior.

Em relação às faixas de renda, a perspectiva profissional das famílias com renda acima de 10 SM foi muito mais duramente impactada no início da



crise da pandemia, sendo o único indicador em que tal faixa ficou em patamar (60,7 pontos, ago/2020) inferior às faixas de renda familiar abaixo de 10 salários mínimos (90,1 pontos, ago/2020). Em abril de 2022, essa condição já foi revertida e apesar de cair 0,2% na passagem do mês, o índice permanece superior a faixa de renda menor em níveis absolutos, ao situar-se em 81,1 pontos.

Já com relação à faixa de renda até 10 SM, as perspectivas profissionais continuam abaixo dos 100 pontos, mostrando tendência pessimista em relação à expectativa profissional, ao situar-se em 70,5 pontos. Ainda, o índice apresentava tendência de elevação durante os últimos meses, mas retrocedeu 2,8% diante do mês, interrompendo a recuperação. Nessa faixa de renda menor, 62,6% dos entrevistados afirmam ter expectativa negativa para a profissão, enquanto na faixa maior, 56,1% indicam essa condição.

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 semiamplicitude máxima igual a 0,035, contivessem as verdadeiras frequências.