

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

ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC
Junho de 2022

SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO	2
MOMENTO ATUAL: EMPREGO E RENDA.....	6
CONDIÇÕES DE CONSUMO: ACESSO AO CRÉDITO, MOMENTO PARA DURÁVEIS E CONSUMO	10
PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO	17
METODOLOGIA.....	20

SUMÁRIO EXECUTIVO

O primeiro semestre de 2022 encerra com a Intenção de Consumo das Famílias Catarinenses (ICF) em trajetória de recuperação pelo terceiro mês seguido ao crescer 1,7% diante do mês anterior. Apesar dos resultados positivos, a satisfação das famílias está em níveis extremamente baixos, ao situar-se em 54,7 pontos, consolidando dois anos e dois meses sucessivos nesse patamar. Além disso, o nível de consumo segue inferior ao período pré-crise, queda de 51,1% frente a fevereiro de 2020.

No mês, todos os componentes do ICF cresceram com relação ao mês anterior, exceto, a renda atual. O resultado positivo foi impulsionado pelo nível de consumo atual e o momento para duráveis, alta de 9,78% e 8,23%, respectivamente. Ainda, ao comparar com o período pré-pandemia, nota-se que nenhum componente do ICF recuperou as perdas até o presente momento. O resultado do momento para duráveis pode estar vinculado às medidas de redução das alíquotas de impostos sobre produtos industrializados e o maior consumo foi impulsionado pela normalização da economia, aquecimento do mercado de trabalho e os estímulos fiscais de reforço da renda do primeiro semestre.

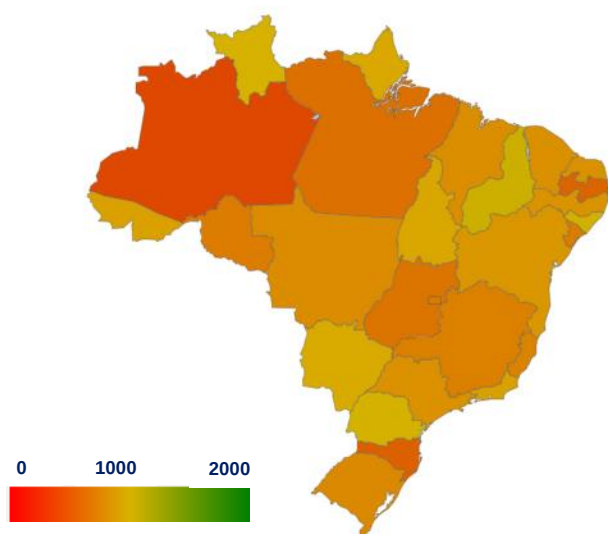
Ainda, as expectativas de médio prazo de consumo e profissional também fecham o semestre em elevação. Assim, nota-se que os consumidores catarinenses estão mais seguros quanto aos próximos meses e indicando ampliação do consumo.

Primeiro semestre finaliza com Intenção de Consumo das famílias catarinenses em trajetória de crescimento

O indicador ficou em 54,7 pontos numa escala de 0 a 200

Santa Catarina							
Indicadores	fev/20	jun/21	mai/22	jun/22	Variação mensal	Variação anual - Igual período	Variação - Fev.2020 (pré-pandemia)
Emprego Atual	123,5	62,9	62,3	62,8	0,84%	-0,21%	-49,1%
Perspectiva Profissional	143,2	81,9	74,5	76,0	1,91%	-7,25%	-47,0%
Renda Atual	121,3	52,9	80,2	78,9	-1,67%	49,08%	-35,0%
Acesso ao Crédito	110,0	56,4	62,5	63,0	0,84%	11,74%	-42,7%
Nível de Consumo Atual	92,2	19,0	8,7	9,6	9,78%	-49,64%	-89,6%
Perspectiva de consumo	111,1	44,6	51,9	53,3	2,63%	19,33%	-52,0%
Momento para duráveis	83,2	46,1	36,1	39,1	8,23%	-15,11%	-53,0%
ICF	112,1	53,5	53,8	54,7	1,68%	2,19%	-51,2%

Índice do ICF por Estado – Junho de 2022



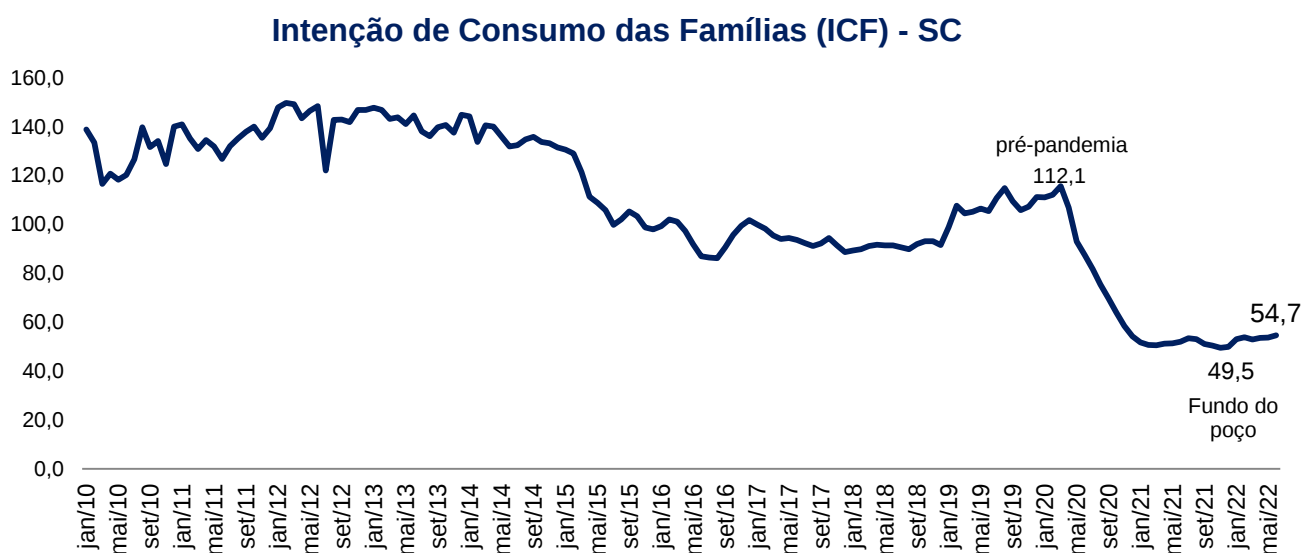
A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) catarinenses está em trajetória de recuperação desde novembro de 2021, período que atingiu o menor nível da série histórica. Em junho de 2022, o ritmo de crescimento do ICF foi acelerado, ao avançar 1,68% diante do mês anterior, após alta de 0,3% em maio. No primeiro semestre do ano, a taxa positiva foi predominante em cinco meses, somente em março houve retração, por isso, a variação mensal média da intenção

de consumo foi de 1,5%. Esse resultado é oposto ao mesmo período do ano anterior, quando a média mensal do semestre ficou em -0,7%, condição que reforça a retomada.

A tendência de recuperação observada em Santa Catarina ocorreu em outras dezesseis unidades da federação, por isso, o nível otimista avança no país. Em 2022, mesmo com as condições financeiras mais apertadas devido à inflação elevada e os juros altos, a confiança das famílias foi reforçada pelo

mercado de trabalho 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.

Mesmo que Santa Catarina apresenta trajetória de recuperação, a intenção permanece em nível pessimista ao situar-se em 54,7 pontos. Com esse resultado, as famílias mantêm o ciclo de patamar negativo em termos absolutos por dois anos e dois meses consecutivos, o maior movimento negativo desde o início da série histórica em janeiro de 2010, superando o ciclo que ocorreu entre fevereiro de 2017 e janeiro de 2019. Além disso, 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 em novembro de 2021. Assim, a deterioração do consumo durante a crise segue elevado e o índice está 51,2% abaixo do período pré-crise, considerado em fevereiro de 2020.



No comparativo anual, houve alta de 5,2%, após avançar 4,6% em maio do ano corrente. A trajetória positiva alcança o sexto mês consecutivo, tendência 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 junho, todos os indicadores que compõem o ICF avançaram diante do mês anterior, exceto o a renda atual. O resultado positivo foi impulsionado pelo nível de consumo atual e o momento para duráveis, alta de 9,78% e 8,23%, respectivamente. Ainda, ao comparar com o período pré-pandemia, nota-se que nenhum componente do ICF recuperou as perdas até o presente momento.

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).

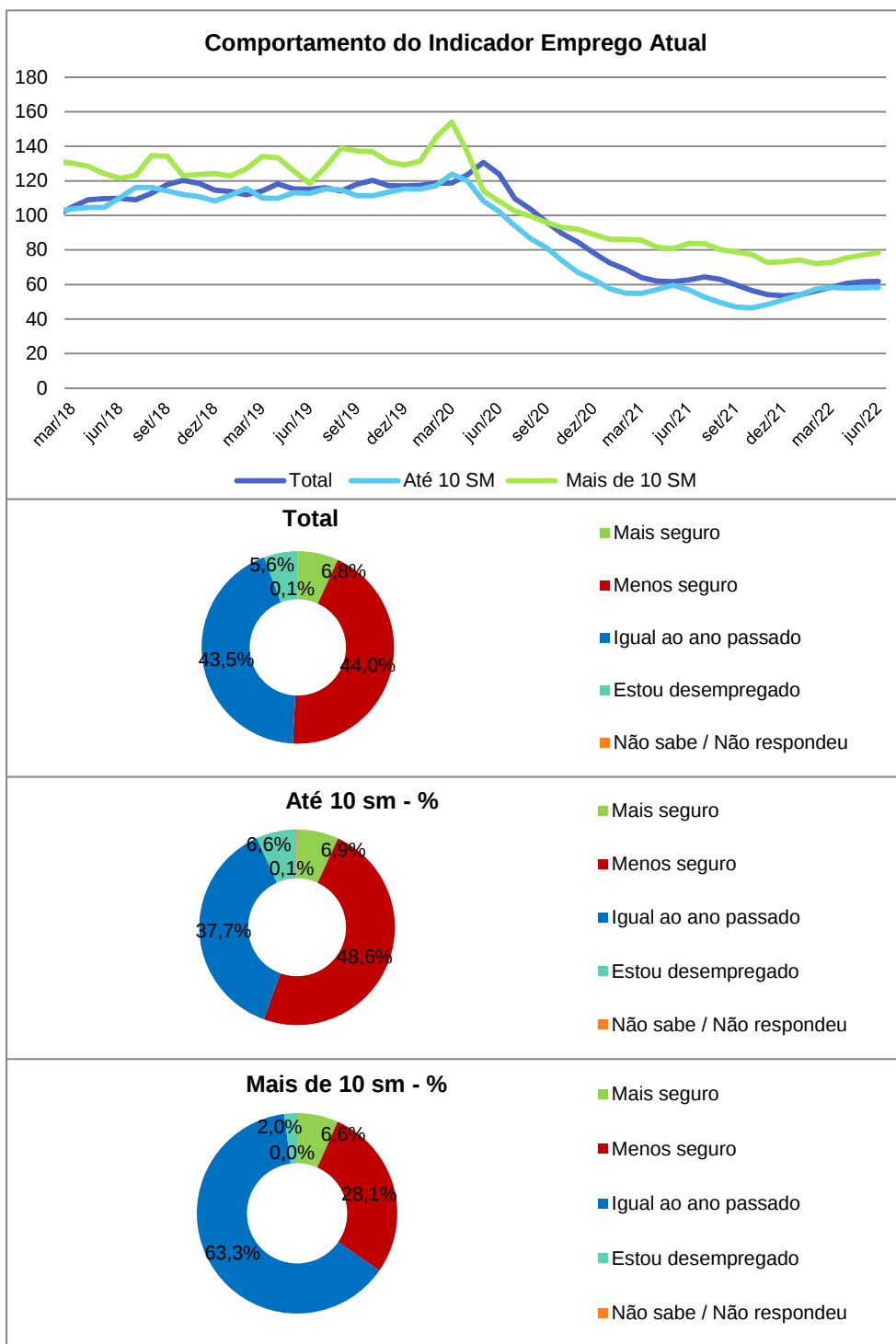
MOMENTO ATUAL: EMPREGO E RENDA

A expectativa das famílias para o **Emprego Atual** encerra o primeiro semestre de 2022

com o maior movimento de recuperação dentre os indicados do ICF. Desde outubro de 2021, quando atingiu o menor patamar da série histórica em termos absolutos (53,4 pontos), o índice mantém resultados positivos, assim, a taxa média de crescimento nesse período foi de 1,9%. Em junho, o emprego atual cresceu 0,8% frente ao mês anterior, resultado equivalente a maio.

Esse cenário 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 74.674 novos postos de trabalho entre janeiro e maio, impulsionado, principalmente, pelo setor de serviço (+38.805), que representou 52% do total de postos criados.

Nota-se, apesar do desempenho favorável, o índice está 49,1% abaixo do nível pré-crise (fevereiro de 2020), assim, as famílias estão mais inseguras neste mês no emprego atual do que no início da crise. Desta forma, a condição dos consumidores que persiste pessimista, ao situar-se em 62,8 pontos – valor considerado de sólido pessimismo numa escala que vai de 0 a 200. Ainda, o indicador completa 24 meses 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.

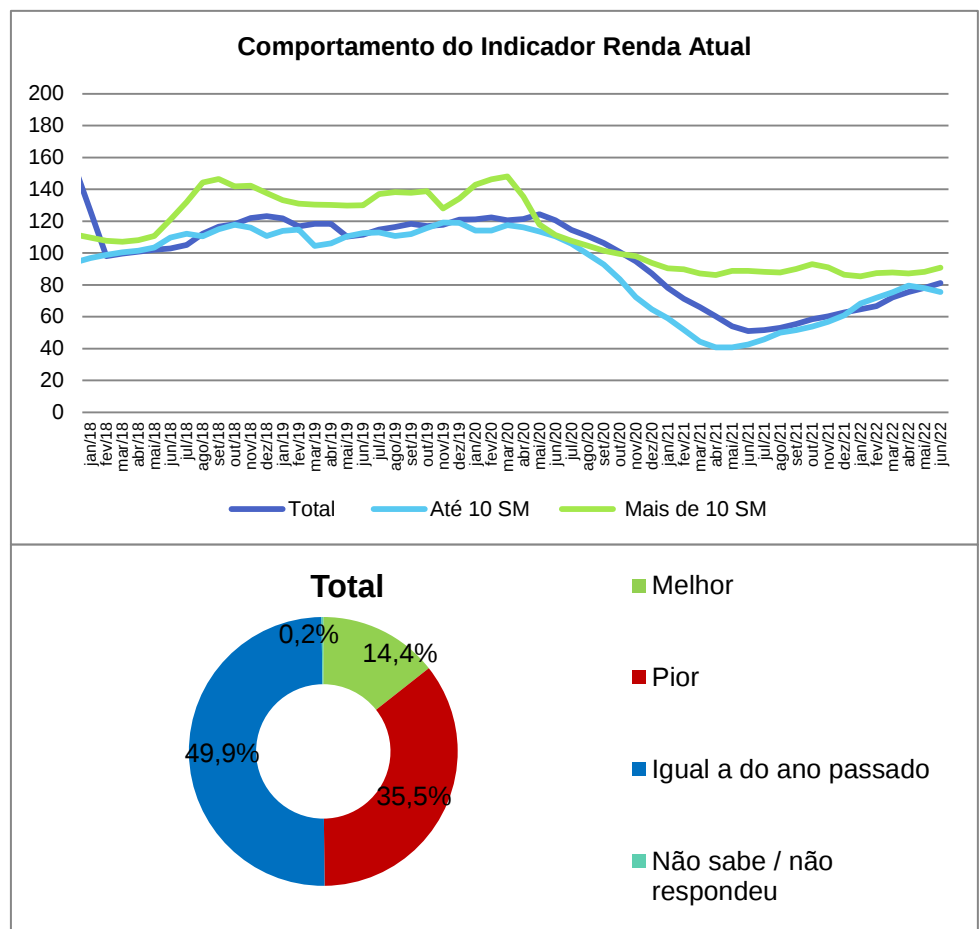
Ao analisar o mesmo período do ano anterior, a trajetória de queda chegou ao 26º mês consecutivo, ao cair 0,2% diante de junho de 2021. A insegurança das famílias é notada pelas respostas dos entrevistados, onde 44,0% deles indicam estarem menos seguros na permanência do Emprego Atual e apenas 6,8% se sentem mais seguros no emprego. Em junho de 2020, primeiro período da crise da pandemia no Estado, 35,3% das famílias indicaram estar mais seguras no emprego atual, situação distinta da deste ano. Outro fator oposto é a quantidade de desemprego, naquele momento a pesquisa apontou 8,5%, enquanto que neste mês, foram 5,6%.

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 58,2 pontos, aumento de 0,33% frente ao mês anterior. Já para a faixa acima de 10 SM o índice é de 78,6 pontos, alta de 2,14% frente a maio. Apesar de ambos estarem em patamar

pessimista em termos absolutos, a maioria das famílias com renda maior indicam condição equivalente ao ano passado (63,3%) para a permanência no emprego atual, enquanto 48,6% com renda menor afirmam estar menos seguros.

O indicador da **Renda Atual** acelerou o movimento negativo ao retroceder 1,7% na passagem do mês, inclusive, foi o único componente do ICF com taxa negativa em junho.

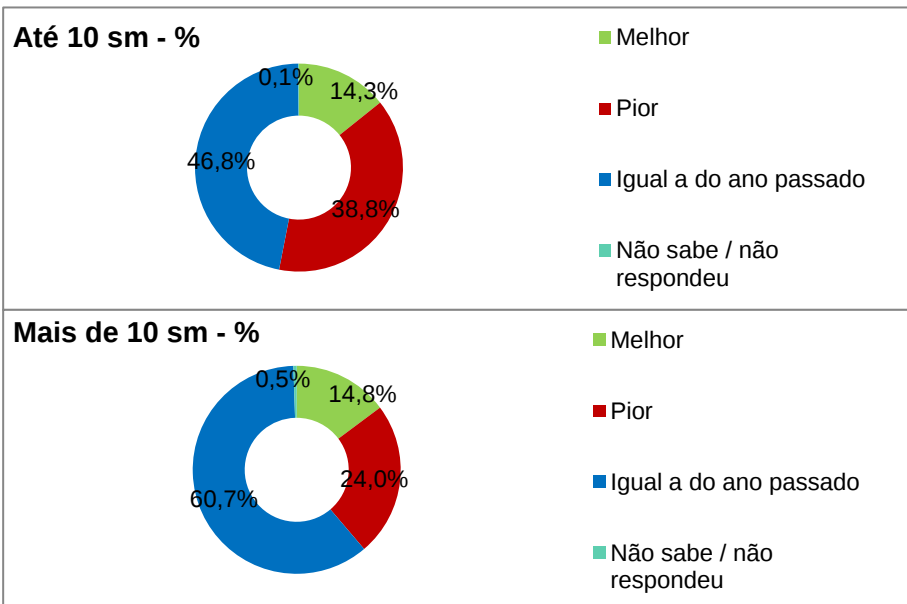
Esse é o segundo resultado negativo do índice, após apresentar trajetória positiva por doze meses sucessivos, condição que foi encerrada no mês de maio. Embora tenha revertido a tendência, o índice menos afetado pela crise entre os demais componentes do ICF, ao estar 35,0% menor que em fevereiro de 2020.



O resultado positivo dos últimos meses não foi suficiente para reverter o nível de confiança, que segue pessimista, ao situar-se em 78,9 pontos. Na variação anual, a renda atual desacelerou o movimento ascendente ao avançar 49,1% frente a igual período 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.

Apesar da evolução no indicador, nota-se que o caminho para reverter as perdas da pandemia ainda é longo. São 35,5% dos entrevistados indicando estar com renda pior que no ano anterior, resultado muito superior ao registrado em igual período de 2020, naquele momento



22,3% das famílias afirmaram ter renda pior. Cenário equivalente para as famílias com renda melhor, no início da pandemia esse grupo era predominante entre os entrevistados (45,3%), mas no encerramento do primeiro semestre de 2022 foi de apenas 14,4%.

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 24,0% das famílias com renda acima de 10 SM, que afirmam ter renda pior que no ano anterior, enquanto 38,8% das famílias com renda menor que 10 SM indicam essa condição. Ainda, o grupo com renda acima de 10 SM apresenta trajetórias de recuperação ao crescer por dois meses seguidos, alta de 2,96% em junho e 1,10% em maio. Por outro lado, a renda atual para o grupo com menor renda, reduziu 3,19% na passagem do mês, segunda queda consecutiva.

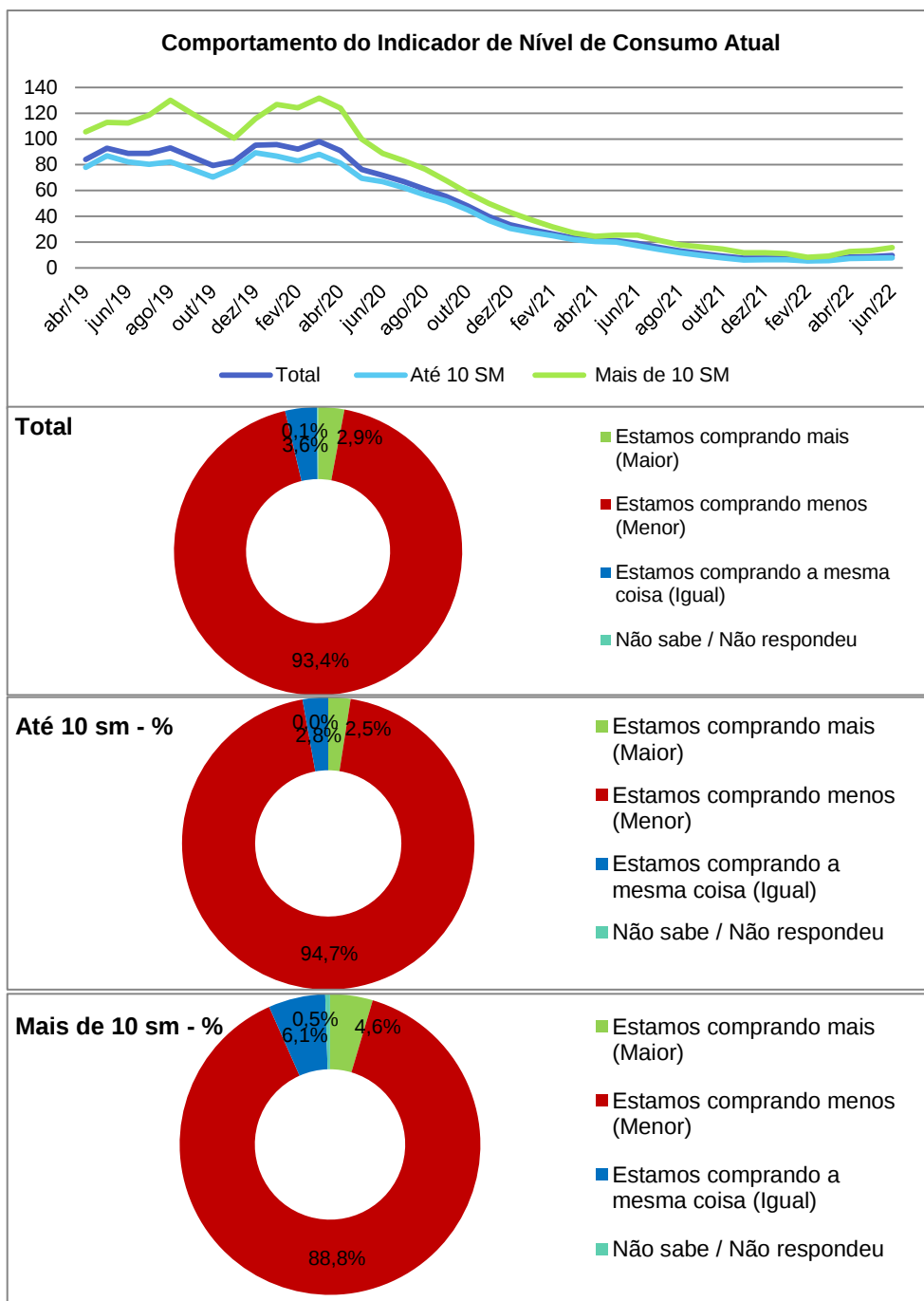
CONDIÇÕES DE CONSUMO: ACESSO AO CRÉDITO, MOMENTO PARA DURÁVEIS E CONSUMO

O indicador do **nível de consumo atual** está em trajetória de recuperação desde fevereiro deste ano, período que atingiu o menor nível da série histórica (5,9 pontos).

Em junho de 2022, o ritmo de crescimento do ICF foi acelerado, ao avançar 9,8% diante do mês anterior, após alta de 2,5% em maio.

No primeiro semestre do ano, a taxa positiva foi predominante em quatro meses, somente em janeiro e fevereiro houve retração, por isso, a variação mensal média do nível de consumo foi de 5,4%, a maior taxa dentre os componentes do ICF. Esse resultado é oposto ao mesmo período do ano anterior, quando a média mensal do

semestre ficou em -8,9%, condição que reforça a retomada.



Esse movimento positivo é o maior desde abril de 2020, quando o componente começou o ciclo de quedas que durou por 20 meses seguidos. Apesar disso, o ritmo de crescimento é gradativo e por isso o nível de consumo atual é o componente com maior impacto negativo do ICF com perdas no comparativo anual de igual período de 49,64% e 89,6% diante de fevereiro de 2020 (pré-pandemia). Assim, o consumo atual encerra o primeiro semestre de 2022 em nível pessimista ao situar-se em 9,6 pontos.

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.

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 7,7 pontos na menor renda e 15,8 pontos na maior. No mês, ambas as faixas de renda apresentaram elevação frente ao mês anterior, alta de 5,1% na menor e 18,6% na maior faixa de renda.

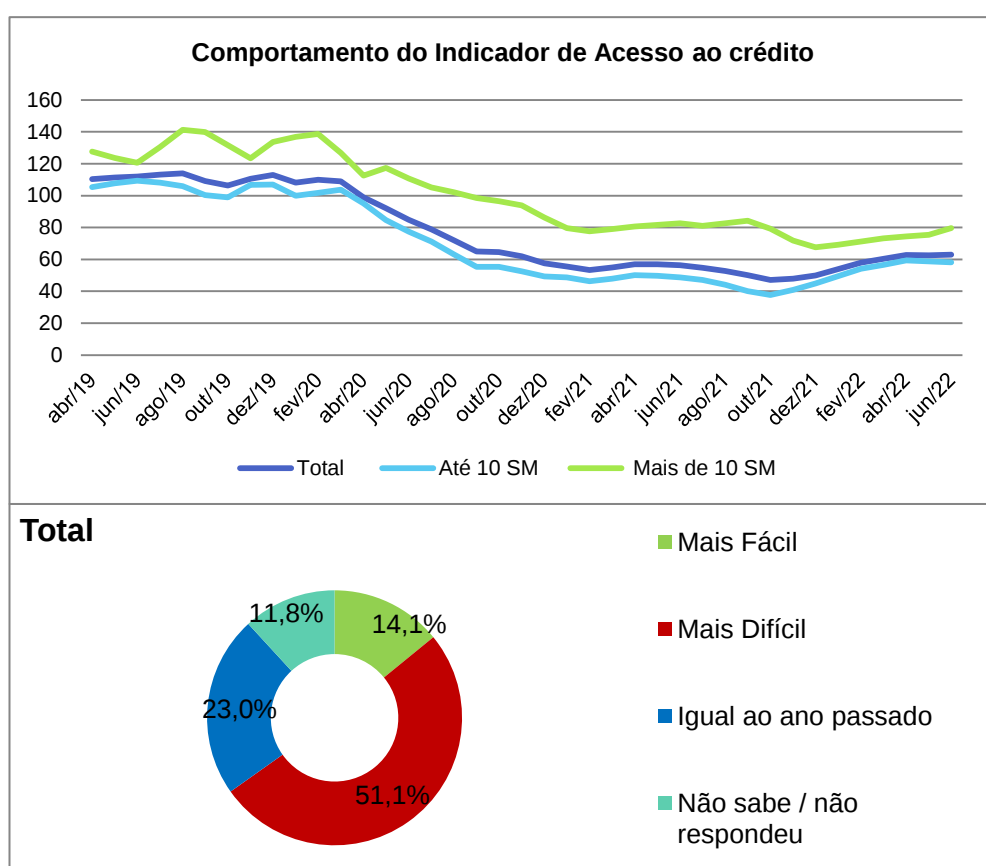
A deterioração do consumo atual também é visível nas respostas dos consumidores, resultado similar ao mês anterior. A pesquisa aponta que 93,4% dos consumidores relatam estarem comprando menos do que antes e, somente, 2,9% afirmam estarem comprando mais que antes. Valores opostos na comparação igual período do ano de 2020, onde 46,4% das famílias indicavam estarem comprando menos do que antes e 18,2% comprando mais.

Com relação às faixas de renda, esse cenário é semelhante para ambos os grupos, mas com mais impacto ao grupo de menor renda. São 88,8% 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**, após reduzir 0,5% em maio, avançou 0,8% na passagem do mês. Durante o primeiro semestre de 2022

predominou a taxas positivas, exceto no mês de maio, por isso o índice é o segundo com melhor desempenho na média mensal de variação, com crescimento médio de 4,0%. Esse movimento positivo ocorreu depois que o componente atingiu o menor patamar da série histórica da

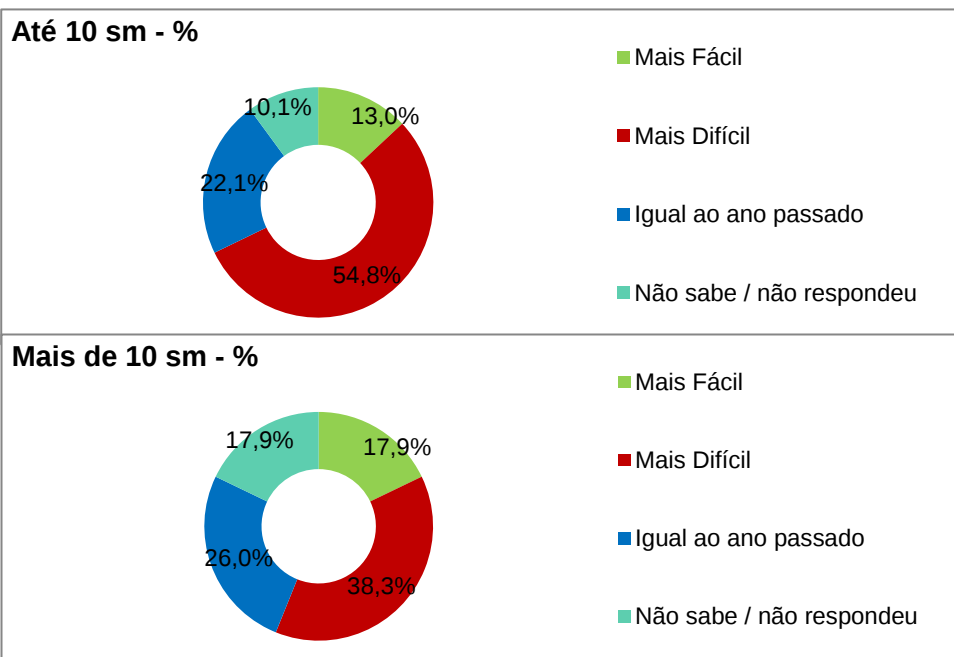


pesquisa em outubro de 2021 (47,1 pontos), conforme observado também no componente apresentado anteriormente. No comparativo anual, acelerou a trajetória de crescimento com alta de 11,77%, após avançar 9,9% em maio, essa é a quinta elevação consecutiva.

Entretanto, o resultado é insuficiente para reverter as perdas da pandemia, por isso o índice está 42,7% abaixo do patamar pré-crise. Além disso, a

confiança das famílias permanece em nível pessimista ao situar-se em 63,0 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 13,25% ao ano. No âmbito das expectativas de mercado, o aperto monetário deve ser intensificado até atingir 13,75% em 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 maio, as famílias com dívidas e que afirmam estarem “muito endividadas” atingiram 4,0% dentre os endividados, queda de 0,3 p.p. na passagem do mês. Na comparação com igual período do ano anterior, houve redução de 3,00 p.p., mas a queda é mais expressiva ao analisar antes da pandemia, quando o índice estava em 10,8% em 2018 e 9,8% em 2019 para igual período. Apesar da elevação na quantidade de famílias endividadas, o grau de endividamento não é elevado, assim, diminuindo o risco de



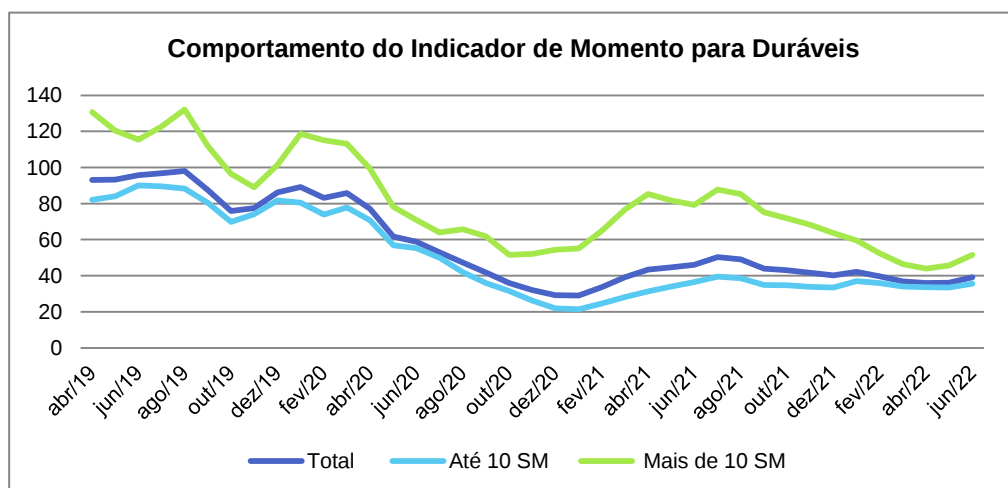
inadimplência. Esses fatores impulsionaram a probabilidade de acessar o crédito ou realizar compras de bens e serviços de forma parcelada.

A proporção das famílias que acreditam que comprar a prazo está mais difícil atingiu 51,1% dos entrevistados no mês de junho de 2022, enquanto 14,1% acreditam que seja mais fácil o acesso ao crédito. Na comparação com o grupo de renda, a tendência de crescimento é notada para o grupo de maior renda (+5,6%), inclusive, mantém trajetórias de crescimento por seis meses consecutivos. A proporção de entrevistados com renda maior que acredita que o acesso ao crédito está mais fácil foi de 17,9%, enquanto 38,3% acreditam que está mais difícil.

Por outro lado, o grupo de menor renda está em cenário oposto, com redução de 0,9% na passagem do mês, a segunda queda consecutiva. As respostas dos entrevistados confirmam a maior dificuldade das famílias com renda menor em buscar crédito no mercado, são 54,8% deles indicando dificuldade no acesso e 13,0% considerando o acesso mais fácil. Em nível de pontos, ambos seguem apontando patamares pessimistas, 74,5 pontos e 59,4 pontos, respectivamente.

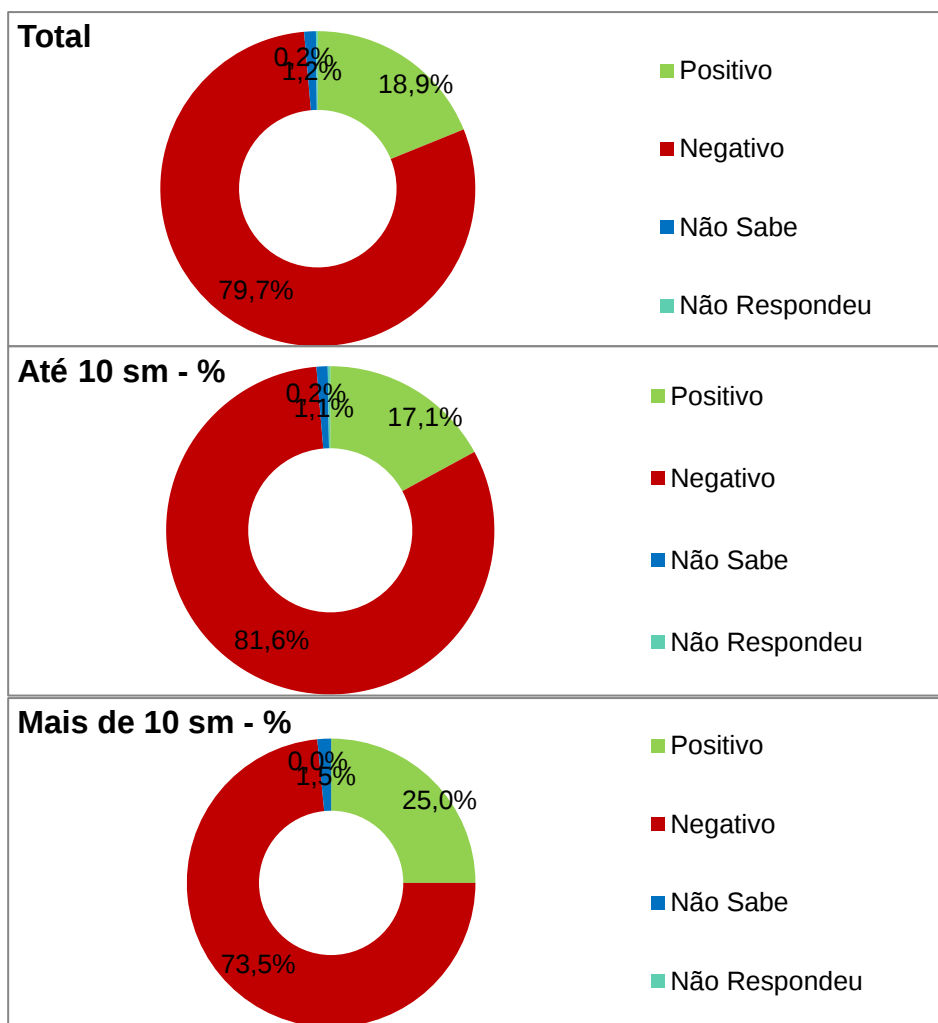
O **momento para duráveis** foi o componente com maior oscilação durante o primeiro semestre de 2022, variando com três taxas positivas e outras três negativas. Assim, a média de crescimento mensal foi de -0,3% nesse período, a pior resultado dentre os componentes do ICF é a única negativa. Em

junho, o componente momento para duráveis avançou 8,2% diante do mês anterior, a segunda alta consecutiva. No



comparativo anual, o índice retrocedeu 15,1%. Importante notar que em termo absoluto, o momento para duráveis situa-se abaixo dos 100 pontos por 66 meses seguidos (desde dezembro de 2016), o que indica a persistência do patamar negativo mesmo antes da pandemia.

Em junho o índice foi de 39,1 pontos. Esse nível é considerado ainda muito preocupante em termos absolutos, mas 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 e ampliadas para reduções de 35%, conforme o Decreto nº 11.055, de 28 de abril de 2022 pode estar provocando mudanças na confiança dos consumidores e incentivando a retomada observadas nos dois últimos meses.

A parcela de consumidores que acreditam ser um momento negativo para compras deste tipo de produto atingiu 79,7%, queda de 1,6 p.p. em relação ao mês anterior (81,3%). A proporção dos consumidores que acreditam ser um momento positivo para essas compras alcançou 18,9%, alta de 1,5 p.p. diante do mês passado (17,4%). 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 em relação ao controle da inflação, que o leva a adotar uma postura conservadora no consumo, evitando realizar gastos mais vultosos e o possível comprometimento da renda.

Na comparação com o grupo de renda, o nível pessimista em termos de pontos alcança as duas faixas de rendas, entretanto o impacto negativo é mais elevado para as famílias com menor renda. O índice para as famílias com renda acima de 10 salários mínimos encerrou o semestre em 51,5 pontos, alta de 12,9% na passagem do mês, e segundo movimento de crescimento consecutivo.

Já as famílias com renda abaixo de 10 salários mínimos, apresentou alta de 6,4% na passagem do mês, cessando movimento de queda que permanecia por quatro meses sucessivos. O índice em valores absolutos para o grupo de renda menor encerrou o semestre em 35,5 pontos.

PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO

A **perspectiva de consumo** interrompeu o movimento de queda na passagem do mês, ao crescer 2,6% diante do mês anterior, após dois meses seguidos de redução.

No comparativo anual, o ritmo da recuperação é forte, ao crescer 19,3%.

Além disso, a trajetória positiva na

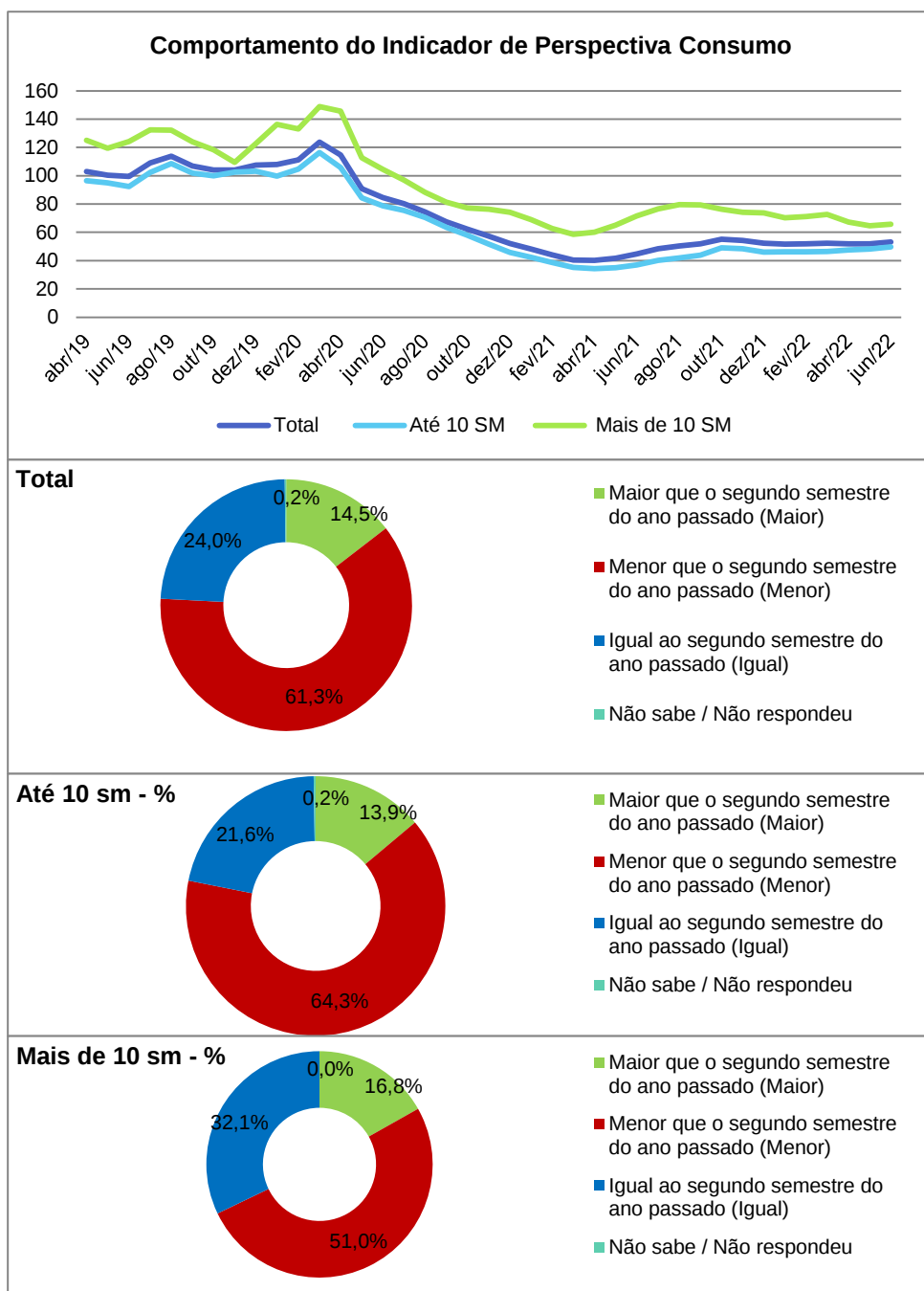
comparação anual é mantida por sete meses seguidos.

Durante o primeiro semestre de 2022, a média mensal de variação em 2022 é positiva (+0,3%),

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.

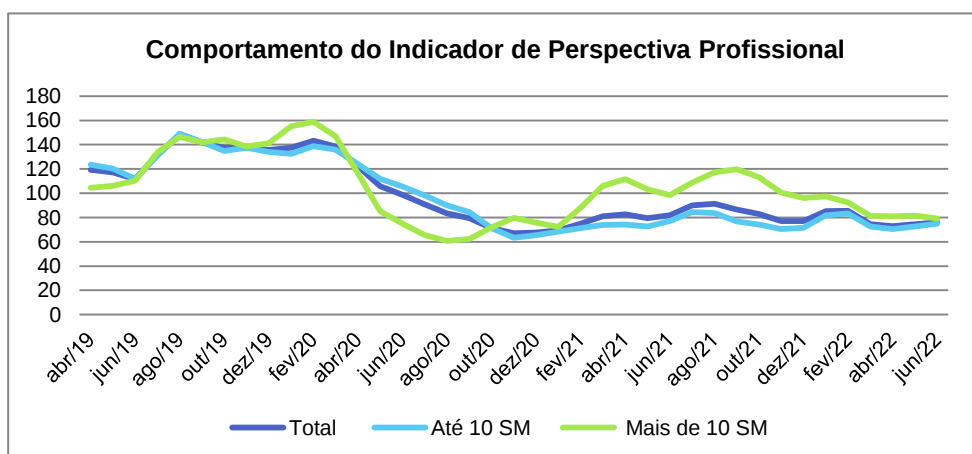


As famílias permanecem com nível de confiança sobre o consumo futuro negativo ao considerar o índice em termos absolutos, ao situar-se em 53,3 pontos. Outro ponto de destaque é que o nível do indicador ainda apresenta riscos futuro, pois a movimento pessimista pode persistir por diversos meses, como 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 53,0% menor que o período pré-pandemia, resultado que mostra que os impactos e as incertezas persistem.

Para 61,3% dos entrevistados as expectativas de consumo para os três meses seguintes são menores, queda de 1,3 p.p. diante do mês anterior (62,6%). 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 64,3% das famílias têm previsão de consumo menor, enquanto 51,0% com renda maior afirmaram essa condição. Ao analisar a tendência de variação mensal, ambos os grupos de renda avançaram diante do mês anterior, alta de 1,9% e 2,9%, respectivamente.

O **indicador de perspectiva profissional** desacelerou o ritmo positivo ao avançar 1,9% na passagem do mês, depois de alta de 2,3% em maio de 2022.

Com o resultado, a variação mensal média do primeiro semestre de 2022 é de estabilidade, apesar de a maior parte dos períodos o índice apresentar

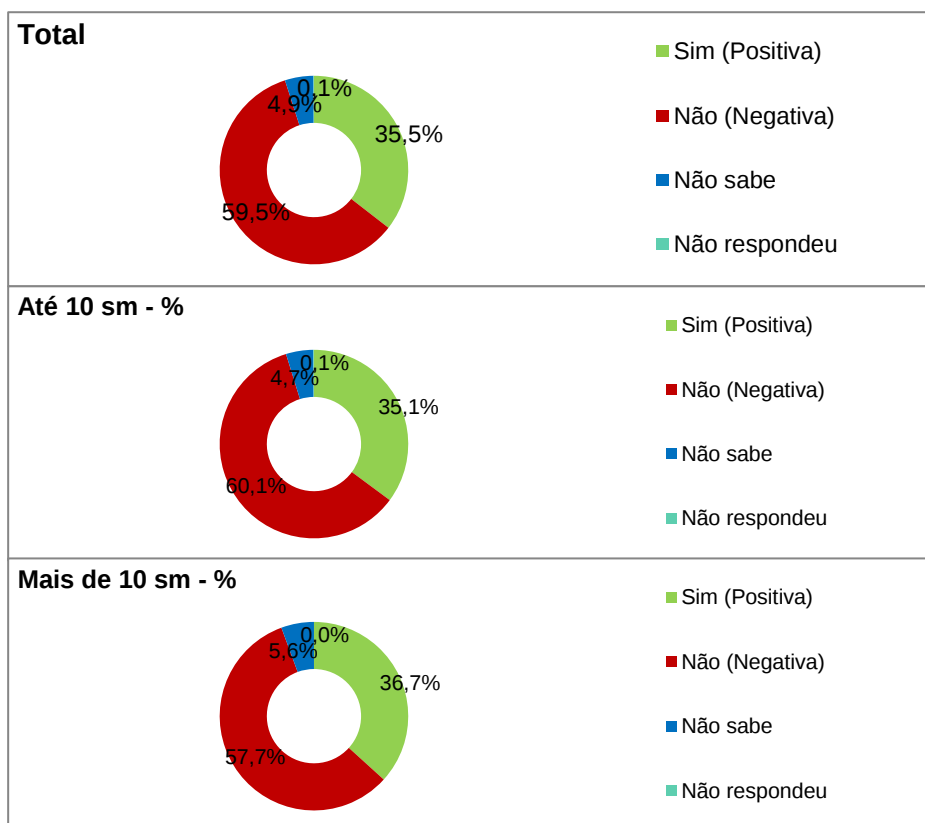


taxas positivas. Isso mostra que a retomada da confiança nas perspectivas profissionais é lenta e gradativa, por isso, o índice permanece inferior ao período pré-crise em 47,0%.

A taxa negativa também foi apresentada no comparativo com igual período do ano anterior, redução de 7,3%. Portanto, a perspectiva profissional permanece em nível de percepção pessimista, ao situar-se em 76,0 pontos.

A maior parcela das famílias (61,3%) demonstrou uma perspectiva profissional negativa em junho de 2022, queda de 0,7 p.p. frente ao mês anterior. São 35,5% que acreditam em perspectivas profissionais positivas no mês, alta de 0,7 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 junho de 2022, essa condição já foi revertida e apesar de cair 3,0% na passagem do mês, o índice permanece superior a faixa de renda menor em níveis absolutos, ao situar-se em 79,1 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 75,1 pontos. Ainda, o índice apresentou tendência de elevação durante os dois últimos meses, com alta de 3,5% diante

do mês. Nessa faixa de renda menor, 60,1% dos entrevistados afirmam ter expectativa negativa para a profissão, enquanto na faixa maior, 57,7% 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.