

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

ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC
Outubro de 2022

SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO	2
MOMENTO ATUAL: EMPREGO E RENDA.....	6
CONDIÇÕES DE CONSUMO: ACESSO AO CRÉDITO, MOMENTO PARA DURÁVEIS E CONSUMO	11
PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO	18
METODOLOGIA.....	22

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Intenção de Consumo das Famílias Catarinenses (ICF) segue firme em sua trajetória de crescimento e alcançou os 72,4 pontos em outubro, nível considerado baixo ainda, mas que consolida a trajetória de crescimento do índice ao longo de 2022. O resultado é 7,6% superior ao observado em setembro, e também é a sétima alta consecutiva, apenas em março houve queda (-1,8%) frente ao mês anterior. A última vez que o crescimento foi mais intenso do que este, foi em fevereiro de 2019 (8,9%). Entretanto, o nível de consumo segue 35,4% inferior ao período pré-crise, fevereiro de 2020.

Assim como em setembro, em outubro, todos os indicadores que compõem o ICF avançaram diante do mês anterior. Tal desempenho, além de positivo, reflete um processo menos heterogêneo de recuperação da intenção de consumo das famílias. Ademais, desde o início da série histórica, esta é a segunda vez que todos os componentes do ICF cresceram.

Mais uma vez, o desempenho positivo do mês foi impulsionado pelo nível de consumo atual, que se elevou 14,5% na passagem do mês, mantendo a trajetória de recuperação iniciada em fevereiro deste ano. Na sequência, as expectativas em relação ao momento para duráveis e a perspectiva profissional contribuíram aumentando 12,9% e 8,4%, respectivamente.

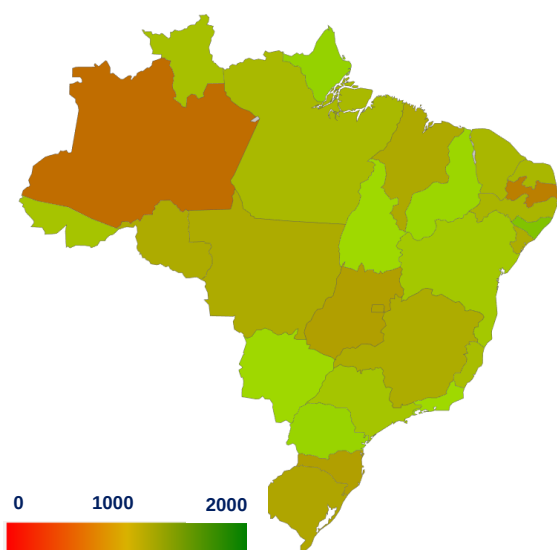
Cabe ainda destacar que, em outubro, o componente perspectiva profissional atingiu a marca dos 101,1 pontos, indicando o retorno do otimismo dos entrevistados em relação ao futuro profissional. A última vez que este componente do ICF esteve acima dos 100 pontos foi em maio de 2020, e o resultado encerra uma sequência de pessimismo que durou 28 meses. Em conjunto, esses fatores indicam que o último trimestre do ano se inicia com tendência de ampliação do consumo.

Intenção de Consumo das famílias catarinenses mantém movimento de alta na maior trajetória positiva da série

O indicador ficou em 72,4 pontos numa escala de 0 a 200

Santa Catarina							
Indicadores	fev/20	out/21	set/22	out/22	Variação mensal	Variação anual - Igual período	Variação - Fev.2020 (pré-pandemia)
Emprego Atual	123,5	50,5	71,3	75,3	5,7%	49,2%	-39,0%
Perspectiva Profissional	143,2	53,4	93,3	101,1	8,4%	89,3%	-29,4%
Renda Atual	121,3	82,8	88,8	92,5	4,2%	11,7%	-23,7%
Acesso ao Crédito	110,0	62,7	76,0	81,9	7,6%	30,6%	-25,6%
Nível de Consumo Atual	92,2	47,1	18,0	20,7	14,5%	-56,2%	-77,6%
Perspectiva de consumo	111,1	9,2	76,7	82,2	7,2%	792,8%	-26,0%
Momento para duráveis	83,2	55,1	47,1	53,2	12,9%	-3,5%	-36,1%
ICF	112,1	50,5	67,3	72,4	7,6%	43,4%	-35,4%

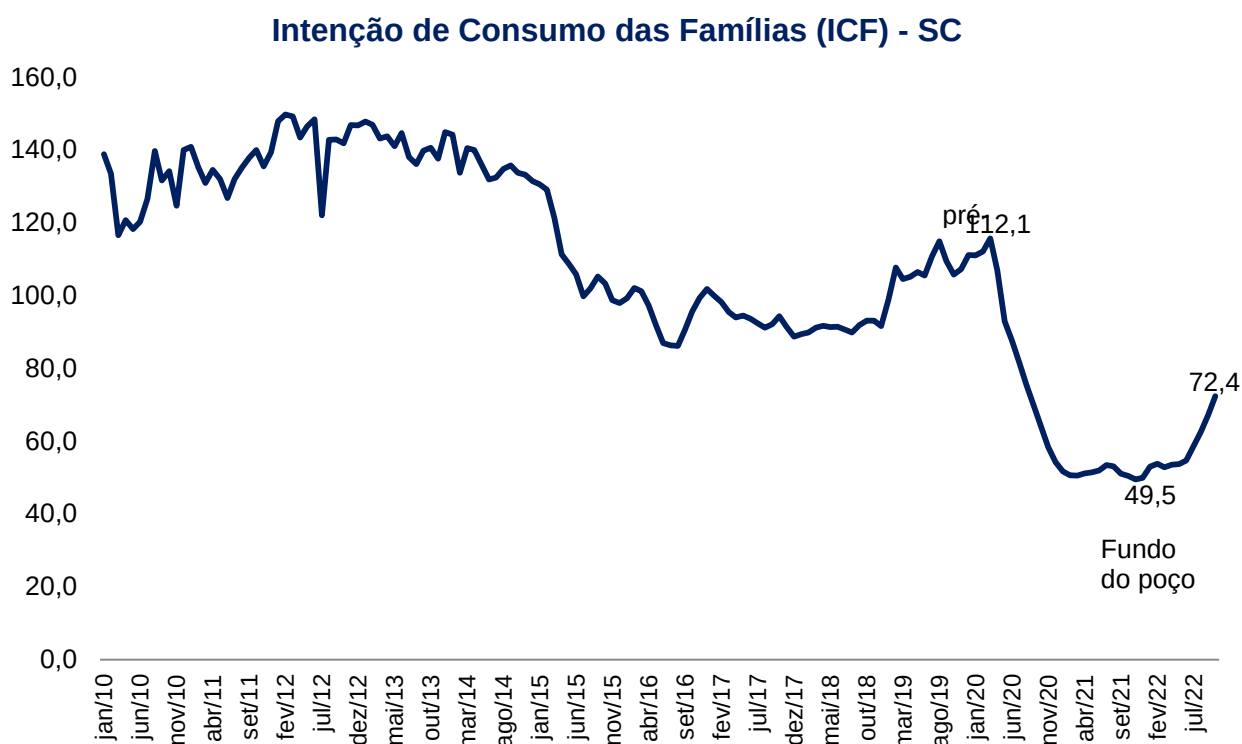
Índice do ICF por Estado – Outubro de 2022



Desta forma, o ciclo de recuperação atinge o sétimo mês seguido e renova a maior sequência de resultados positivos já apresentados na série histórica da pesquisa iniciada em janeiro de 2010. Durante o ano de 2022, a taxa positiva foi predominante em nove períodos, somente em março houve retração(-1,8%). Esse resultado também é oposto ao observado em outubro de 2021, quando a variação mensal ficou em -1,2%.

A tendência de recuperação observada em Santa Catarina ocorreu em outras 22 unidades da federação, por isso, o nível otimista avança no país. Todavia, a maioria dos Estados seguem apontando que as famílias estão em patamar pessimista, pois, somente em quatro deles que o índice ficou acima dos 100 pontos: Alagoas (118,1 pontos),

Amapá (105,4 pontos), Paraná (103,1 pontos) e Piauí (101,2 pontos). No mês de setembro, apenas os três primeiros tinha rompido a marca dos 100 pontos.



Mesmo que Santa Catarina apresente rápida trajetória de recuperação desde março deste ano, a intenção permanece em nível pessimista ao situar-se em 72,4 pontos. Com esse resultado, as famílias mantêm o ciclo de patamar negativo em termos absolutos por dois anos e meio, 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 40,0% abaixo do período pré-crise desencadeada pelo Coronavírus.

No comparativo anual, houve alta de 43,4%, depois de avançar 31,7% em setembro do ano corrente. A trajetória positiva alcança o décimo mês

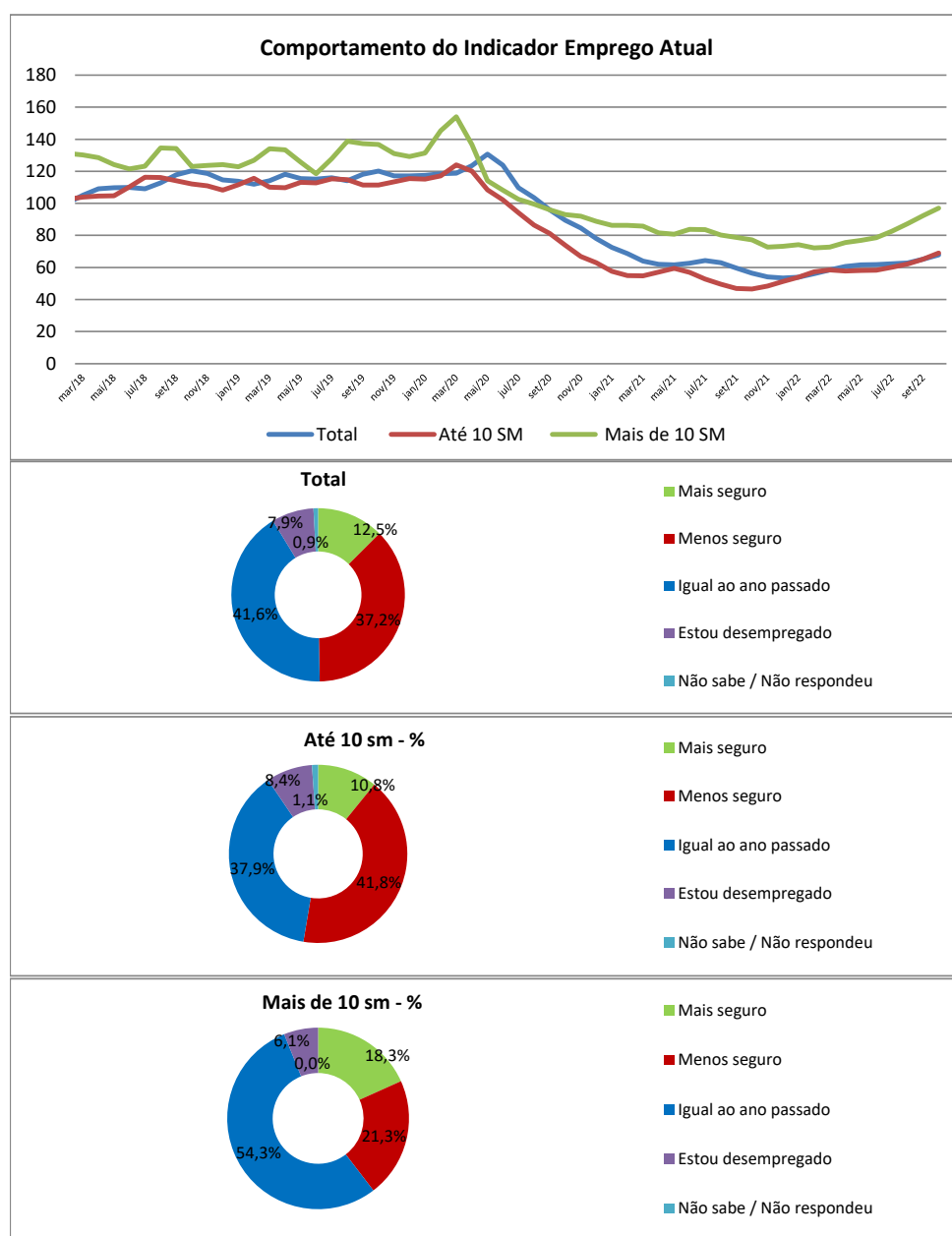
consecutivo, tendência que foi iniciada em janeiro, quando o índice reverteu o movimento negativo que ocorria desde maio de 2020. Ou seja, foram vinte meses de sucessivas quedas e agora, dez de sucessivas elevações. Esse resultado fortalece o sinal de recuperação das famílias diante de um contexto epidemiológico mais favorável em relação a de 2021 e 2020.

Em outubro, todos os indicadores que compõem o ICF avançaram diante do mês anterior, condição que também aconteceu no mês passado, mas que não acontecia desde fevereiro de 2019. O resultado positivo foi impulsionado pelo nível de consumo atual, momentos para duráveis e as perspectivas profissionais, alta de 14,5%, 12,9% e 8,4%, respectivamente. Por outro lado, ainda se observa que nenhum componente do ICF recuperou as perdas ocasionadas pela pandemia 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, sendo possível analisar os dados conforme recorte da 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** inicia o quarto trimestre de 2022 acelerando o ritmo da recuperação ao crescer 5,6% diante do mês anterior, após alta de 5,1%. O movimento positivo ocorre desde outubro do ano passado, quando atingiu o menor patamar da série histórica em termos absolutos (53,4 pontos), assim, registra-se doze meses seguidos de crescimento, com média 2,9% durante esse período. Ainda, nota-se que esse é o maior movimento de recuperação dentre os indicadores do ICF.



A recuperação do componente em outubro é a mais forte deste ano, inclusive, sendo superior a média de crescimento dos trimestres, as quais foram, cronologicamente, 3,2%, 0,6% e 4,3%. 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 115.138 novos postos de trabalho nos nove primeiros meses do ano.

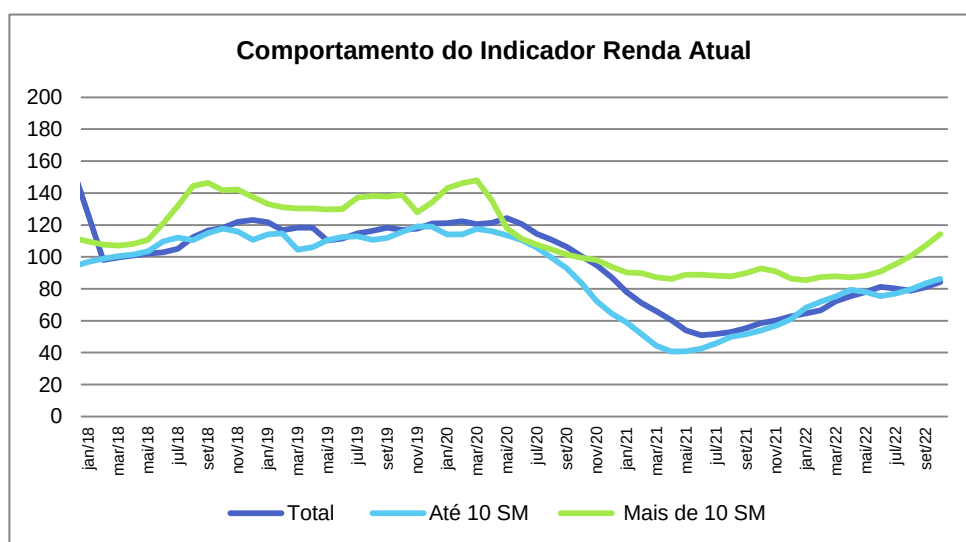
Na comparação com igual período do ano anterior, o índice manteve trajetória de crescimento pelo quarto mês seguido, alta de 49,2%. Ainda que o desempenho seja favorável, o índice está 39,0% abaixo do nível pré-crise (fevereiro de 2020), assim, as famílias estão mais inseguras neste mês no emprego atual do que no início da crise. Desta forma, a condição das famílias persiste pessimista, ao situar-se em 75,3 pontos – valor considerado de sólido pessimismo numa escala que vai de 0 a 200. Ainda, o indicador completa 28 meses consecutivos em patamar negativo, o maior intervalo de insegurança e com perspectivas negativas quanto ao emprego atual desde o início da pesquisa. Deve-se ressaltar que mesmo em crises anteriores, as famílias apresentaram momentos otimistas quanto ao emprego.

A insegurança das famílias é notada pelas respostas dos entrevistados, onde 37,2% deles indicam estarem menos seguros na permanência do Emprego Atual e apenas 12,5% se sentem mais seguros no emprego. Apesar do resultado ainda ser baixo quanto à segurança no emprego, há evolução desde o início do ano, quando o índice atingiu 4,2% dos entrevistados. Ao analisar o resultado diante de igual período de 2019, nota-se que a sensação de segurança no emprego atual é inferior, pois naquele momento 36,6% dos entrevistados afirmaram estar seguros no emprego.

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 69,0 pontos, aumento de 5,9% frente ao mês anterior, sexta alta seguida. Já para a faixa acima de 10

SM o índice é de 97,0 pontos, alta de 5,0% frente a setembro, oitava alta consecutiva. Apesar de ambos estarem em patamar pessimista em termos absolutos, a maioria das famílias com renda maior indicam condição equivalente ao ano passado (54,3%) para a permanência no emprego atual, enquanto, 41,8% com renda menor afirmam estar menos seguros.

O **indicador da Renda Atual** continua apresentando crescimento positivo na passagem do mês ao crescer 4,2%, depois de avançar 5,3% no mês anterior. Durante o ano de 2022 o componente apresenta predomínio de taxas positivas, com oito meses em crescimento. Assim, a média de variação mensal neste ano é de 3,4%. Vale notar que diferente do índice de emprego atual, o componente da renda apresentou a maior média de crescimento mensal no 1º trimestre de 2022, com alta de 5,47%, desacelerando para 0,37% no



2º trimestre e 4,0% no 3º trimestre. Devido a essa recuperação, o índice é o menos afetado pela crise entre os demais componentes do ICF, ao estar 23,7% menor que em fevereiro de 2020.

Na variação anual, a renda atual mantém o movimento ascendente ao avançar 11,7% frente a igual período de 2021. O resultado deve-se à base de comparação, pois em setembro do ano passado, o índice foi o sétimo menor valor da série histórica da pesquisa.

Os resultados positivos dos últimos meses não foram suficientes para reverter o nível de confiança, que segue pessimista, ao situar-se em 92,5

pontos. Apesar disso, esse patamar é o segundo melhor dentre os componentes do ICF na comparação em termos absolutos. Entretanto, nota-se que o caminho para reverter às perdas da pandemia ainda é longo. São 31,3% dos entrevistados indicando estar com renda pior que no ano anterior, resultado muito superior ao registrado em fevereiro de 2020, naquele momento 21,9% das famílias afirmaram

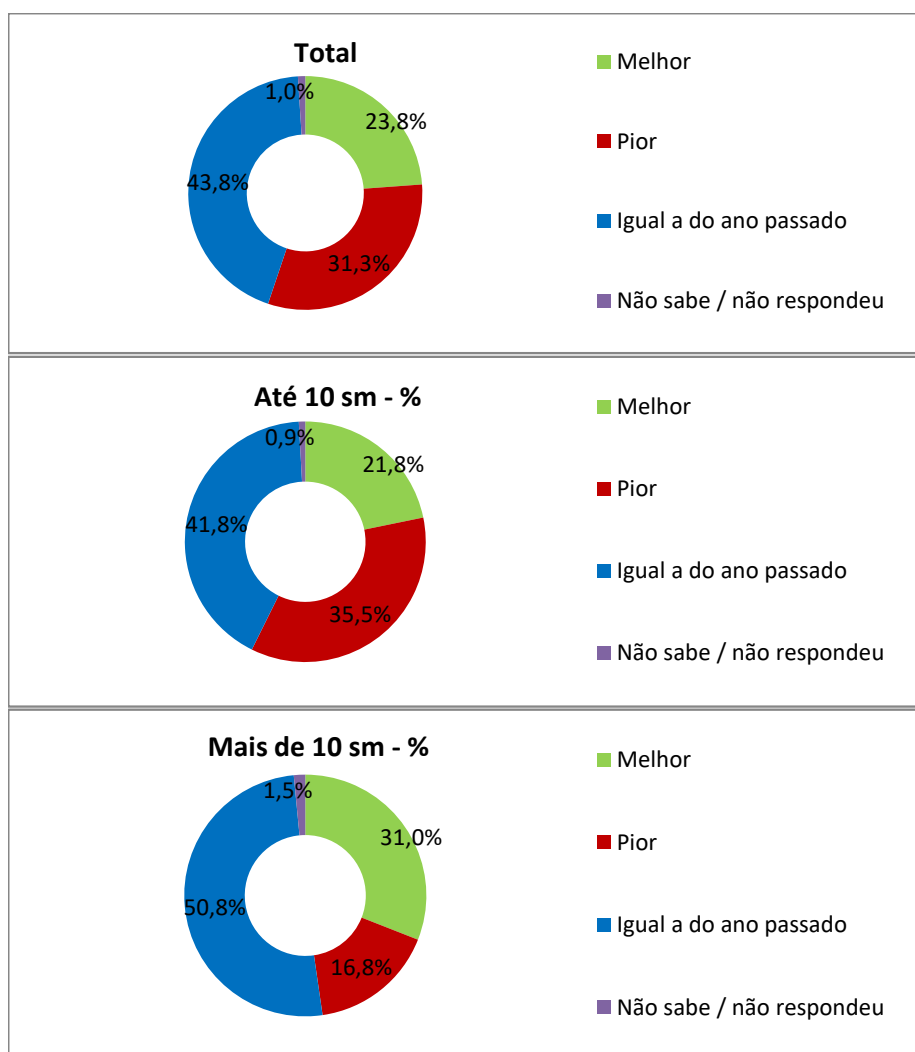
ter renda pior.

Cenário

equivalente para as famílias com renda melhor, onde 43,3% das famílias afirmaram essa condição em fevereiro de 2020, já neste outubro são 23,8% indicando 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 16,8% das famílias com renda acima de 10 SM, que afirmam ter renda pior que no ano anterior, enquanto 35,5% das famílias com renda menor que 10 SM indicam essa situação. Ainda, o grupo com renda acima de 10 SM apresenta trajetórias de recuperação ao crescer por cinco meses seguidos,



alta de 6,6% diante do mês anterior, inclusive em termos de pontos passou do nível pessimista para o otimista ao alcançar 114,2 pontos. Por outro lado, o índice para o grupo com menor renda segue em cenário pessimista ao registrar 86,2 pontos em outubro, mesmo com alta de 3,3% na passagem do mês.

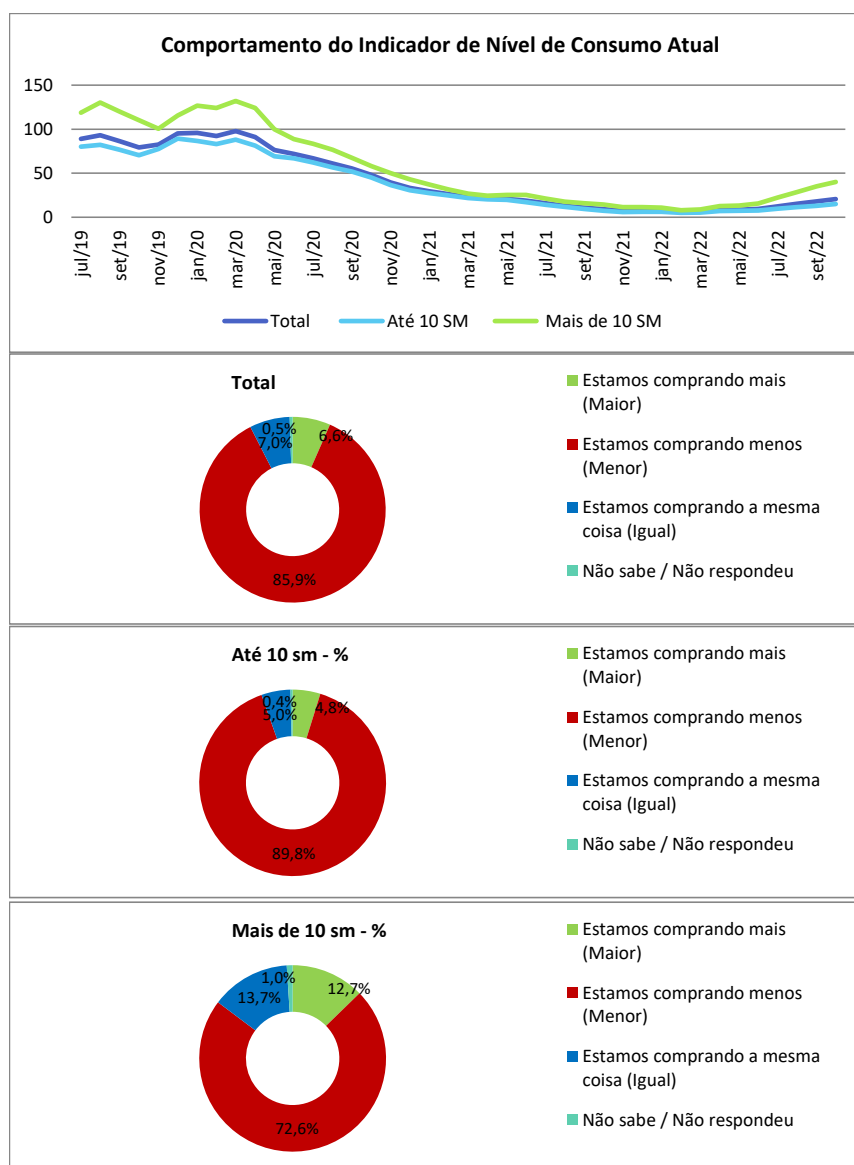
CONDIÇÕES DE CONSUMO: ACESSO AO CRÉDITO, MOMENTO PARA DURÁVEIS E CONSUMO

O indicador do **nível de consumo atual** começou o ano de 2022 mantendo o movimento de retração que ocorreu durante todo o ano de 2021. A deterioração

arrastou o índice ao ponto mais baixo da série histórica (5,9 pontos) em fevereiro de 2022. Entretanto, após esse recorde negativo o componente apresenta trajetória positiva, resultando em oito meses com crescimento sucessivos. Em outubro de 2022, o índice reduziu o ritmo de crescimento, ao avançar 14,5%

diante do mês anterior, entre julho e setembro, a média da alta foi de 23,7%.

Nota-se que durante o ano de 2022, a taxa positiva foi predominante em oito meses, somente em janeiro e fevereiro houve retração, por isso, a variação mensal média do nível de consumo foi de 14,5%, a maior taxa dentre os



componentes do ICF. Esse desempenho diverge do movimento que ocorreu no mesmo período do ano anterior, quando houve o predomínio de taxas negativas entre janeiro e outubro. Ainda, essa trajetória de alta é a maior desde abril de 2020, quando o componente começou o ciclo de quedas que durou por 20 meses seguidos. A recuperação do componente é mais forte no 3º trimestre deste ano, já que a média de crescimento atingiu 23,7%, depois de média negativa de 4,52% no 1º trimestre e avanço de 15,41% no 2º trimestre.

Na comparação com igual período do ano anterior, o componente do consumo atual voltou a oscilar entre variações positivas e negativas ao decrescer 56,2%. E, dessa forma, o ritmo de crescimento é insuficiente para reverter os impactos negativos do índice que está 77,6% abaixo de fevereiro de 2020 (pré-pandemia). Diante disso, o consumo atual segue em nível pessimista ao situar-se em 20,7 pontos.

Importante ressaltar que no ano passado, o índice sofreu forte deterioração, com média mensal negativa de 11,5% e assim, renovou a mínima histórica por quatorze meses consecutivos, o maior ciclo até então. Não obstante, 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.

O impacto da pandemia sobre o nível de consumo ocorreu de maneira bastante similar para as duas faixas de renda analisadas, além disso, também estão em valores considerados baixos neste mês em termos absolutos, alcançando 15,0 pontos na menor renda e 40,1 pontos na maior. Em outubro, ambas as faixas de renda apresentaram elevação frente ao mês anterior, alta de 15,0% na menor e 13,9% na maior faixa de renda, movimento positivo que ocorre desde fevereiro do ano corrente.

A queda do consumo atual também é visível nas respostas dos consumidores. A pesquisa aponta que 85,9% dos consumidores relatam

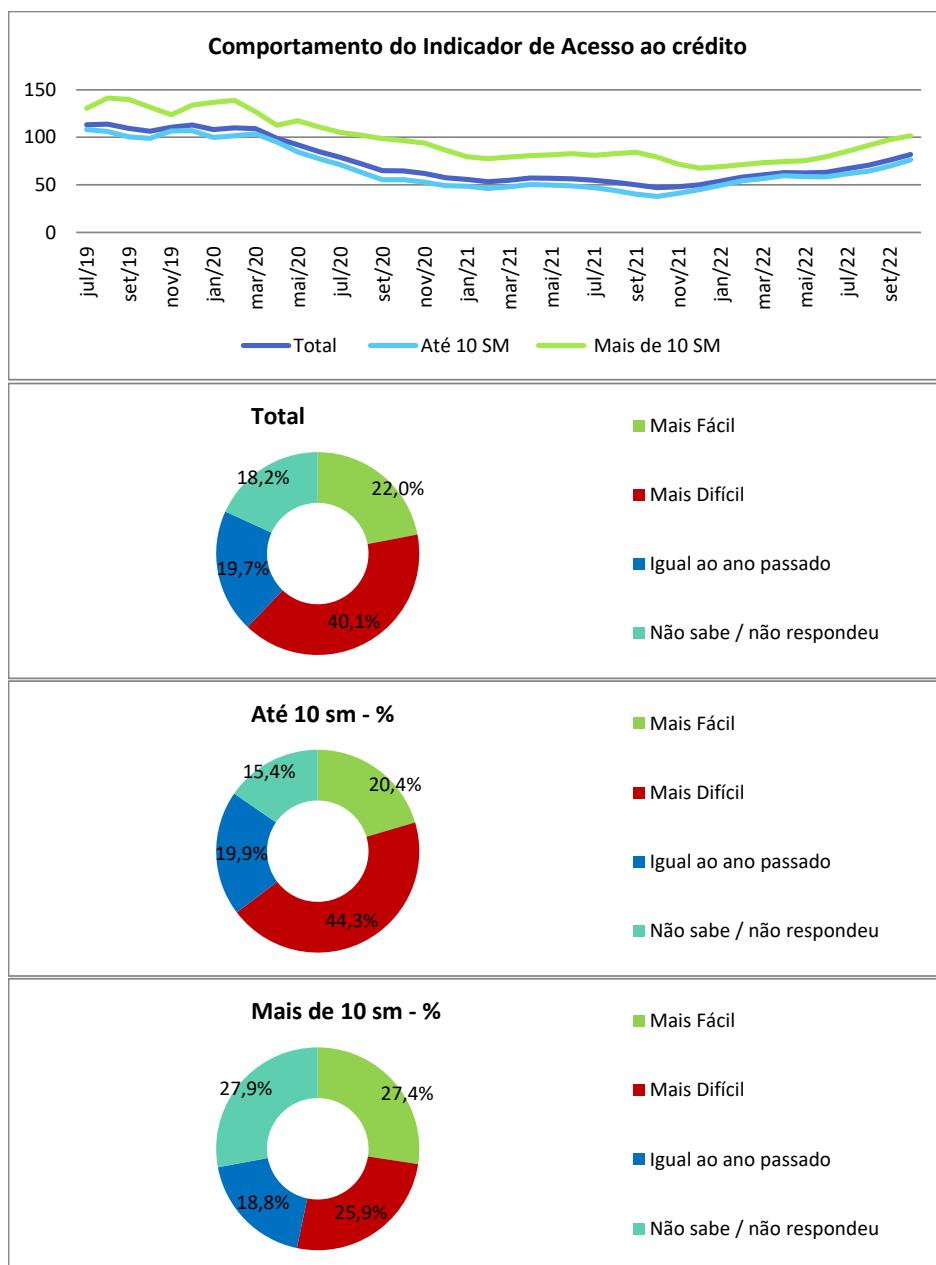
estarem comprando menos do que antes e, somente, 6,6% afirmam estarem comprando mais que antes. Valores opostos na comparação com o período pré-pandemia (fevereiro de 2020), onde 36,8% das famílias indicavam estarem comprando menos do que antes e 29,0% comprando mais.

Com relação às faixas de renda, esse cenário é semelhante para ambos os grupos, porém com mais impacto ao grupo de menor renda. São 72,6% dos entrevistados com renda acima de 10 SM que relatam estarem comprando menos que antes e 89,8% para famílias com renda abaixo de 10 SM também indicam esta condição.

O componente de **Acesso ao Crédito** mantém a recuperação ao crescer pelo quinto mês seguido com alta de 7,6% frente ao mês anterior. Entre janeiro e outubro de 2022, o índice apresentou em todos os meses resultados positivos, exceto em maio e, por isso, o índice mostra crescimento médio de 5,1% ao longo do ano. No comparativo anual, acelerou a trajetória de crescimento com alta de 30,6%, a oitava elevação consecutiva.

Entretanto, o resultado é insuficiente para reverter as perdas da pandemia, por isso o índice está 25,6% abaixo do patamar pré-crise. Além do mais, a confiança das famílias permanece em nível pessimista ao situar-se em 81,9 pontos.

O cenário de dificuldades do crédito está atrelado em parte ao aumento na taxa SELIC que ocorre desde março de 2021, e resultou na elevação da taxa de



2,0% (mínima histórica) para 13,75% ao ano. 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 de forma heterogênea.

A proporção das famílias que acreditam que comprar a prazo está mais difícil atingiu 40,1% dos entrevistados no mês de outubro de 2022, enquanto 22,0% acreditam que seja mais fácil o acesso ao crédito. Na comparação com o grupo de renda, a tendência de recuperação é mais intensa para o grupo de maior renda, pois mantém trajetórias de crescimento por dez meses consecutivos, alta de 4,2% na passagem do mês. A proporção de entrevistados com renda maior acredita que o acesso ao crédito está mais fácil foi de 27,4%, enquanto 25,9% acreditam estar mais difícil. Como reflexo, o índice ultrapassou o nível dos 100 pontos, saindo assim da zona de pessimismo, e registrou os 101,5 pontos. A última vez que esse índice tinha apresentado desempenho otimista foi em agosto de 2020, quando atingiu os 102 pontos.

Já o grupo de menor renda cresceu 9,0% diante do mês anterior, quarta alta seguida. Ainda que o resultado seja positivo, as respostas dos entrevistados confirmam a maior dificuldade das famílias com renda menor em buscar crédito no mercado, são 44,3% deles indicando dificuldade no acesso e 20,4% considerando o acesso mais fácil. Em nível de pontos, o patamar dos que possuem menor renda ainda é pessimista com 76,1 pontos.

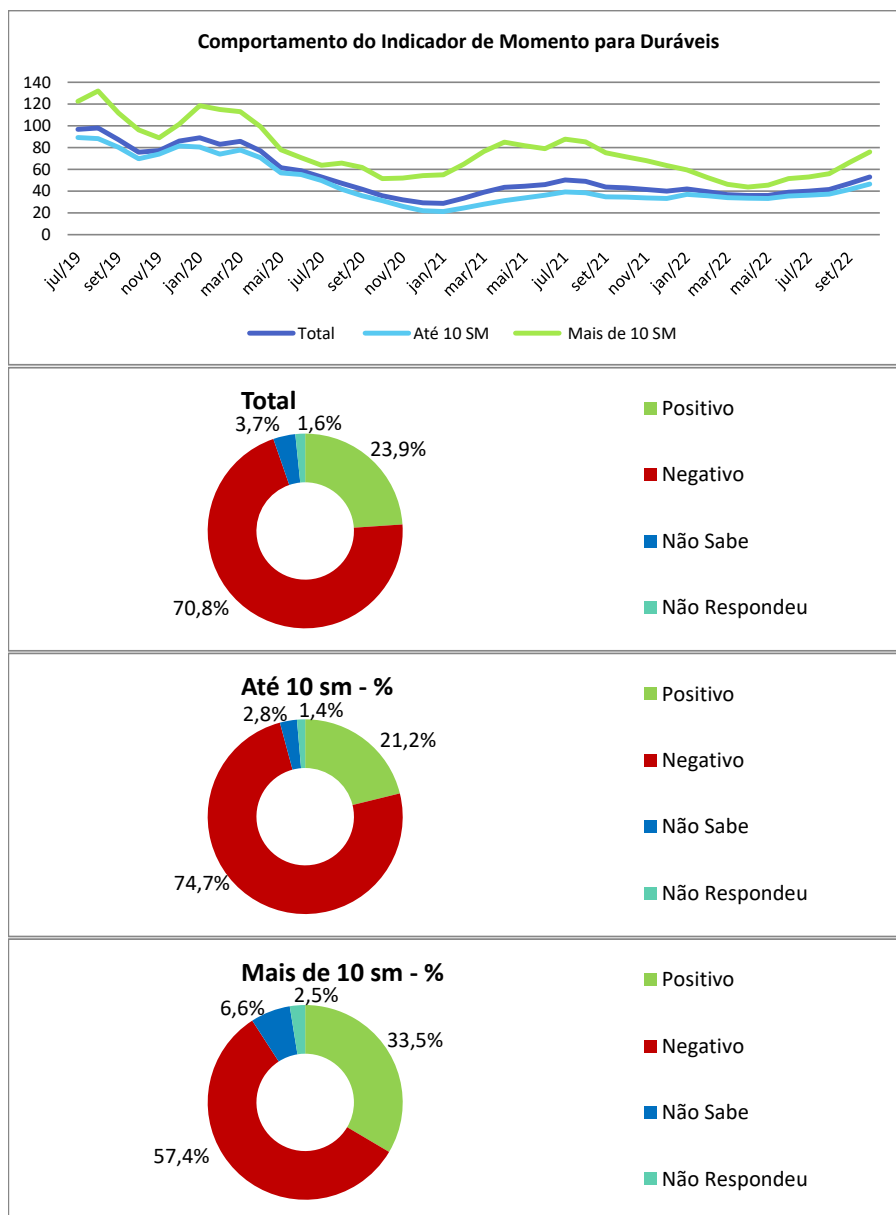
O **momento para duráveis** manteve a trajetória de recuperação ao crescer 12,9% diante do mês anterior, após alta de 13,0% em setembro. Esse é o sexto resultado positivo seguido, assim, o índice posiciona-se em segundo lugar no crescimento mensal neste mês, dentre os componentes do ICF.

A recuperação do componente é mais forte agora do que no 3º trimestre deste ano, quando a média de crescimento alcançou 6,5%, depois da média de

2,1% no 2º trimestre e da negativa em 2,7% no 1º trimestre. No comparativo anual, o índice ainda necessita recuperar 3,5%.

Importante notar que em termo absoluto, o momento para duráveis situa-se abaixo dos 100 pontos por 70 meses seguidos (desde dezembro de 2016), o

que indica a persistência do patamar negativo mesmo antes da pandemia. Em outubro o índice foi de 53,2 pontos. Esse nível ainda é considerado 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 podem estar provocando mudanças na confiança dos consumidores e incentivando o processo de retomada observadas nos quatro últimos meses, resultado confirmado pelo crescimento médio do 3º trimestre deste ano.

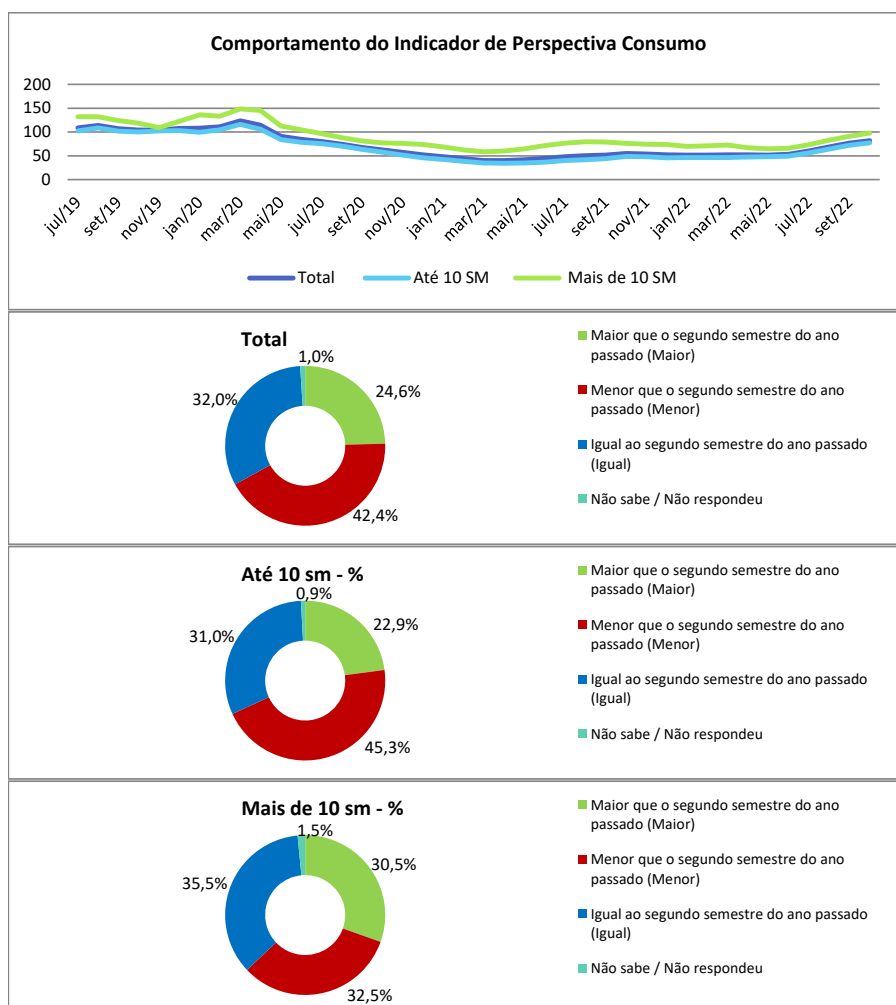
A parcela de consumidores que acreditam ser um momento negativo para compras deste tipo de produto atingiu 70,8%, queda de 3,5 p.p. em relação ao mês anterior (74,3%). A proporção dos consumidores que acreditam ser um momento positivo para essas compras saltou de 21,4% para 23,9%, alta de 2,6 p.p. diante do mês anterior. 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 mês em 76,1 pontos, alta de 9,8 p.p.% na passagem do mês, sexto movimento de crescimento consecutivo.

Já as famílias com renda abaixo de 10 salários mínimos, apresentou alta de 4,9 p.p. na passagem do mês, quinto resultado positivo seguido. Assim, o índice em valores absolutos para o grupo de renda menor alcançou os 46,5 pontos no mês.

PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO

A **perspectiva de consumo** manteve a trajetória de crescimento ao avançar 7,2% frente ao mês anterior, antes alta de 11,7% em julho. Esse é o quinto resultado positivo seguido e está alinhado com o componente de consumo atual, situação que indica retomada do consumo das famílias. No comparativo anual, o ritmo da recuperação é forte, ao crescer 49,2%. Além disso, a trajetória positiva na comparação anual é mantida por onze meses seguidos. Entre janeiro e outubro, a média mensal de variação é positiva (4,8%), assim, as perspectivas de consumo em patamar positivo são essenciais para a manutenção da recuperação ICF, caso essas expectativas sejam concretizadas.



Ainda que o movimento seja de recuperação, as famílias permanecem com nível de confiança sobre o consumo futuro negativo ao considerar o índice em termos absolutos, ao situar-se em 82,2 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. Na comparação com o período pré-pandemia o índice segue em baixo de 26,0%, desempenho que mostra que os impactos e as incertezas persistem.

Para 42,4% dos entrevistados as expectativas de consumo para os dois últimos meses do ano são menores, queda de 2,7 p.p. diante do mês anterior (45,1%). 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 45,3% das famílias têm previsão de consumo menor, enquanto 32,5% com renda maior afirmaram essa condição. Ao analisar a tendência de variação mensal, ambos os grupos de renda avançaram diante do mês anterior, reduzindo em 2,9 p.p. e 2,2 p.p., respectivamente.

O indicador de **perspectiva profissional** cresce pelo sexto mês seguido, em relação ao mês anterior. Em outubro, houve alta de 8,4% na passagem do mês, após crescer 3,8% em setembro. Com o resultado, a variação mensal média durante o ano de 2022 passou para 3,0%. A variação anual de 22,1% fortalece a descontinuidade do movimento que apresentou movimento negativo por seis meses consecutivos e foi interrompido em setembro (7,8%).

De todo modo, a retomada da confiança nas perspectivas profissionais é lenta e gradativa, por isso, o índice permanece inferior ao período pré-crise em 29,4%. Entretanto, a perspectiva profissional rompeu o nível de percepção pessimista, ao situar-se em 101,1 pontos.

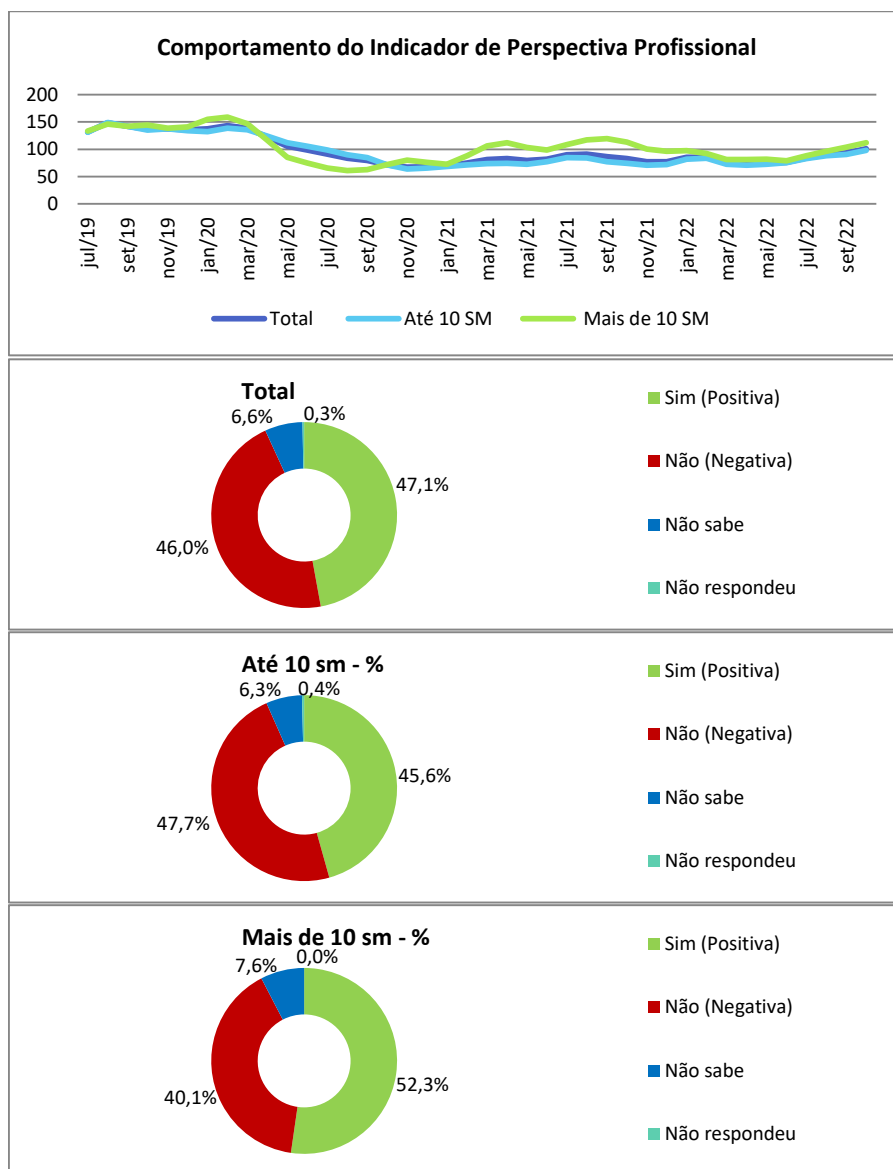
A maior parcela das famílias (47,1%) demonstrou uma perspectiva profissional positiva em outubro de 2022, aumento de 3,0 p.p. frente ao mês anterior. São 46,0% que acreditam em perspectivas profissionais negativas no mês, decréscimo de 1,1 p.p. diante do período anterior. Situação inversa do que vinha ocorrendo desde o início da pandemia.

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 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).

No mês passado, essa condição já tinha sido revertida e, agora, o índice ampliou 8,3% na passagem deste mês. Com esse resultado o índice mantém-se acima dos 100 pontos se situando no nível otimista (112,2 pontos), condição que não ocorria desde novembro de 2021.

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 97,9 pontos. Apesar de estar em patamar negativo, o índice apresenta tendência de elevação durante os seis últimos meses, com alta de 8,5% diante do mês. Nessa



faixa de renda menor, 47,7 dos entrevistados afirmam ter expectativa negativa para a profissão, enquanto 45,6% indicam expectativa positiva.

METODOLOGIA

Foram entrevistados nos últimos dez dias do mês imediatamente anterior 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.