

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

ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC
Novembro 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 76,8 pontos em novembro. O nível ainda é considerado baixo, mas consolida a trajetória de crescimento do indicador ao longo de 2022. O resultado é 6,0% superior ao observado em outubro, e também é a oitava alta consecutiva, a maior sequência observada até agora, apenas em março houve queda (-1,8%) frente ao mês anterior. Entretanto, o índice continua 31,5% aquém do patamar pré-crise, registrado em fevereiro de 2020.

Pelo terceiro mês seguido, 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 terceira vez que todos os componentes do ICF cresceram em relação ao mês anterior.

Mais uma vez, o desempenho positivo do mês foi impulsionado pelo nível de consumo atual, que se elevou 11,0% na passagem do mês, mantendo a trajetória de recuperação iniciada após a mínima histórica ter sido registrada em fevereiro de 2022 (5,9 pontos). Desde março deste ano que o nível de consumo atual vem crescendo a média de 16,7% ao mês e, em novembro, atingiu o patamar dos 22,9 pontos.

O componente perspectiva profissional figura em segundo lugar no ranking das contribuições para o desempenho positivo do ICF. Na variação mensal o indicador avançou 8,6% e alcançou o nível dos 109,9 pontos, refletindo otimismo dos entrevistados em relação ao futuro profissional. Em conjunto, esses fatores indicam que o final do ano se aproxima com tendência de ampliação do consumo.

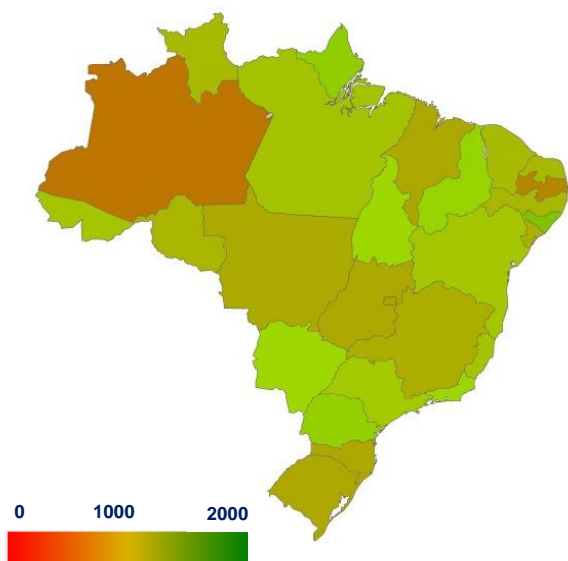
Intenção de Consumo das famílias catarinenses mantém movimento de alta na maior trajetória positiva da série

O indicador ficou em 76,8 pontos numa escala de 0 a 200

Santa Catarina

Indicadores	fev/20	nov/21	out/22	nov/22	Variação mensal	Variação anual - Igual período	Variação - Fev.2020 (pré-pandemia)
Emprego Atual	123,5	53,9	75,3	78,9	4,8%	46,3%	-36,1%
Perspectiva Profissional	143,2	77,2	101,1	109,9	8,6%	42,3%	-23,3%
Renda Atual	121,3	64,6	92,5	95,8	3,6%	48,4%	-21,0%
Acesso ao Crédito	110,0	47,9	81,9	86,0	5,1%	79,5%	-21,8%
Nível de Consumo Atual	92,2	7,4	20,7	22,9	11,0%	211,2%	-75,1%
Perspectiva de consumo	111,1	54,2	82,2	86,6	5,4%	59,9%	-22,0%
Momento para duráveis	83,2	41,6	53,2	57,1	7,4%	37,3%	-31,4%
ICF	112,1	49,5	72,4	76,8	6,0%	55,0%	-31,5%

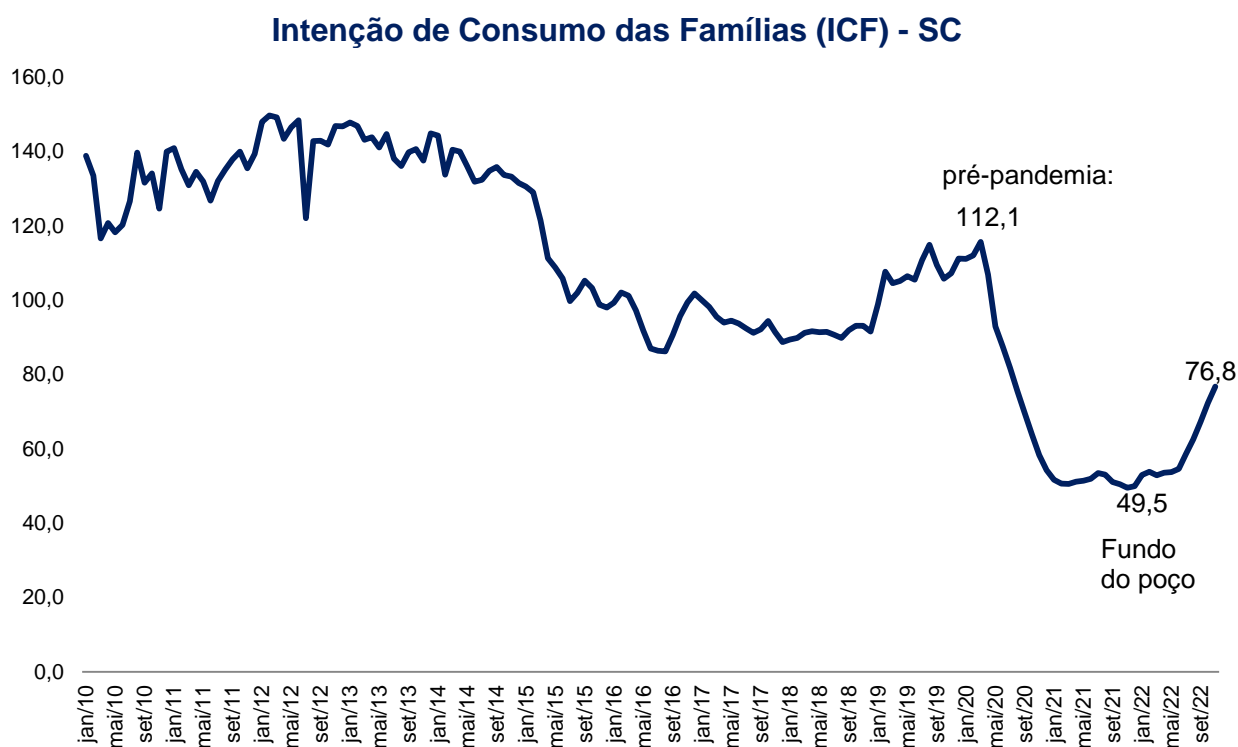
Índice do ICF por Estado – Novembro de 2022



Desta forma, o ciclo de recuperação atinge o oitavo 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 dez períodos, somente em março houve retração(-1,8%). Esse resultado também é oposto ao observado em novembro de 2021, quando a variação mensal ficou em -1,9%.

A tendência de recuperação observada em Santa Catarina também ocorreu em outras 22 unidades da federação, por isso, o nível otimista avança no país. Todavia, a maioria dos Estados segue apontando que as famílias estão em patamar pessimista, pois, somente em cinco deles que o índice ficou acima dos 100 pontos: Alagoas (118,0 pontos), Amapá (108,6 pontos), Paraná (105,5 pontos) e Piauí (103,3 pontos), Rio

Janeiro (100,7 pontos). No mês de outubro, apenas os quatro primeiros tinham rompido a marca dos 100 pontos.



Mesmo tendo o índice catarinense apresentado rápida trajetória de recuperação desde março deste ano, a intenção de consumo das famílias permanece em nível pessimista ao situar-se em 76,8 pontos. Com esse resultado, as famílias mantêm o ciclo em patamar negativo, em termos absolutos, por dois anos e sete meses, 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 elevada e o índice permanece 31,5% abaixo do período pré-crise.

No comparativo anual, houve alta de 55,0%, depois de avançar 43,4% em outubro do ano corrente. A trajetória positiva alcança o décimo primeiro mês

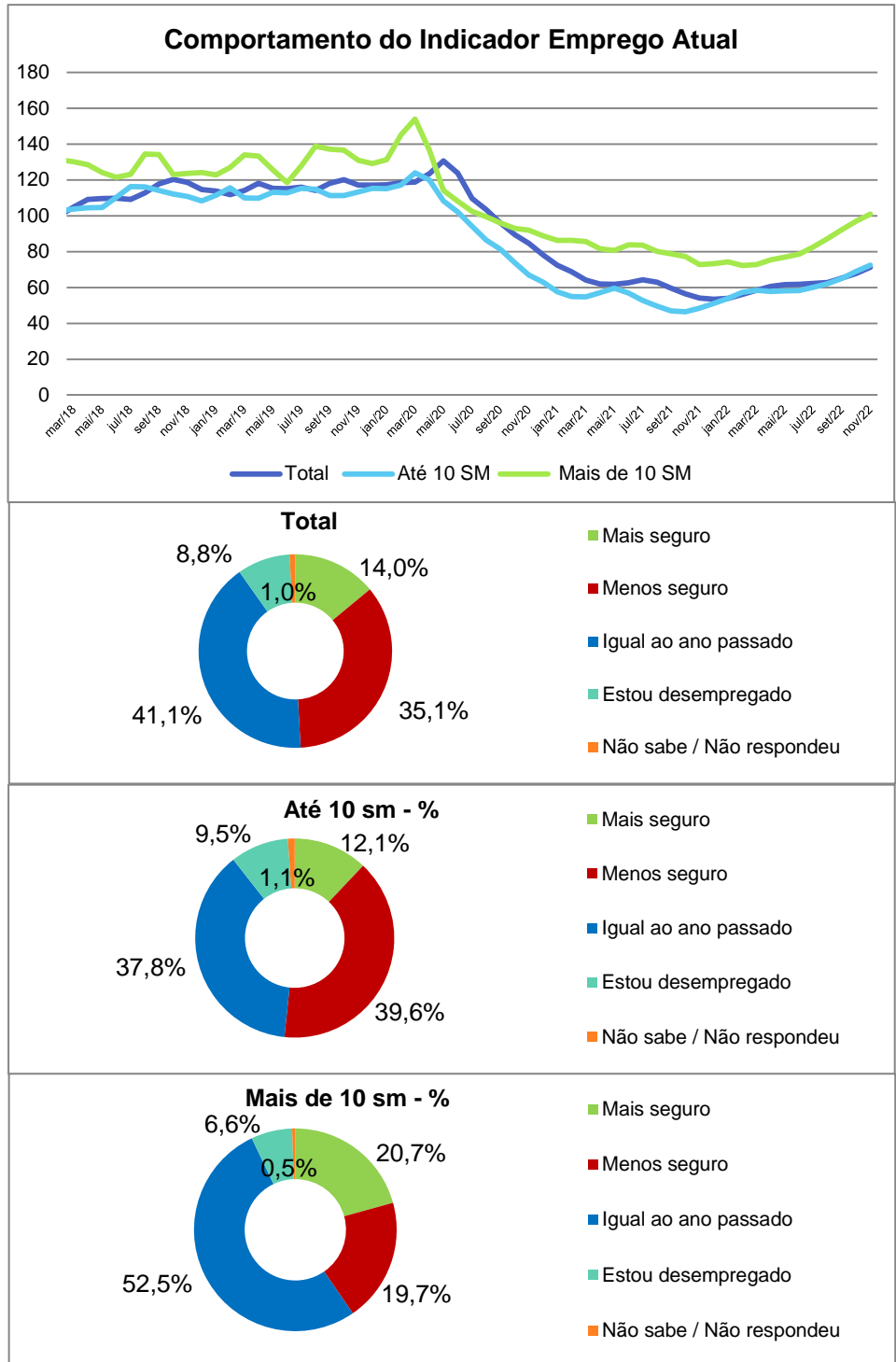
consecutivo, tendência que foi iniciada em janeiro, quando o índice reverteu o movimento negativo que ocorria desde maio de 2020. Ou seja, foram vinte meses de sucessivas quedas e agora, onze de sucessivas elevações. Esse resultado fortalece o sinal de recuperação das famílias diante de um contexto mais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

Em novembro, todos os indicadores que compõem o ICF avançaram diante do mês anterior, condição que também aconteceu nos últimos dois meses, mas que não acontecia desde fevereiro de 2019. O resultado positivo foi impulsionado pelo nível de consumo atual, pelas perspectivas profissionais e pelo momento para duráveis, alta de 11,0%, 8,6% e 7,4%, 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** continua em ritmo de recuperação ao crescer 4,8%, na passagem de outubro para novembro, e atingir os 78,9 pontos. O movimento positivo ocorre desde outubro do ano passado, quando atingiu o menor patamar da série histórica em termos absolutos (53,4 pontos) e assim, registra-se treze meses seguidos de crescimento, com média 3,1% durante esse período. Ainda, nota-se que esse é o maior movimento de recuperação dentre os indicadores do ICF.



A recuperação do componente foi mais forte em outubro (5,6%) do que em novembro (4,8%), porém, este resultado ainda é superior à média de crescimento dos trimestres, as quais foram, cronologicamente, 3,2%, 0,6% e 4,3%. Esse cenário de crescimento em ritmo um pouco mais lento 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. Já em 2022, o mercado de trabalho segue aquecido, ao criar 124,642 novos postos de trabalho nos dez primeiros meses do ano, mas deu sinais de arrefecimento no último mês analisado.

Na comparação com igual período do ano anterior, o índice manteve trajetória de crescimento pelo quinto mês seguido, alta de 46,3%. Ainda que o desempenho seja favorável, o índice está 36,1% abaixo do nível pré-crise (fevereiro de 2020). Isso pode ser reflexo de algum grau de insegurança presente nas famílias em relação ao emprego atual vis-a-vis ao ocupado no início da crise. Desta forma, a condição das famílias persiste pessimista, ao situar-se em 78,9 pontos – valor considerado de pessimismo numa escala que vai de 0 a 200. Ainda, o indicador completa 29 meses consecutivos em patamar de pessimismo, 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.

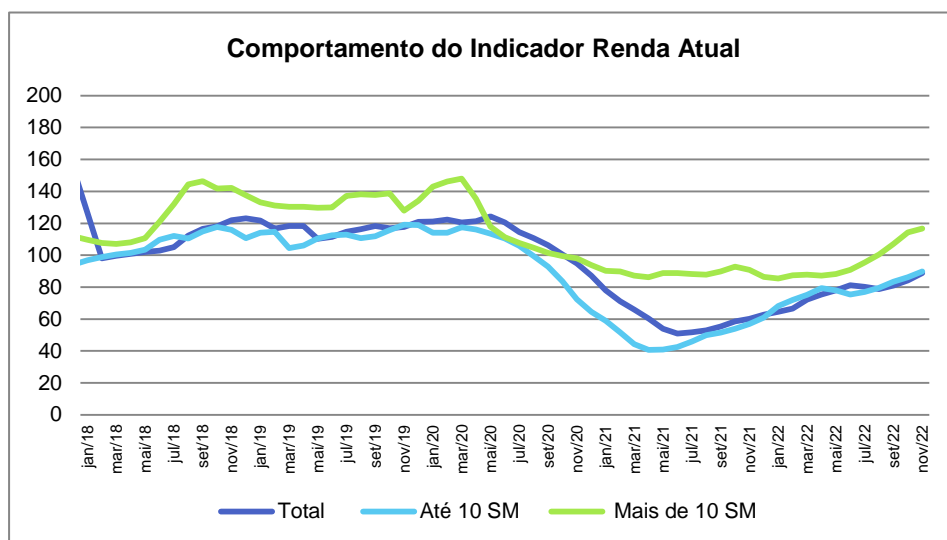
A insegurança das famílias é notada pelas respostas dos entrevistados, onde 35,1% deles indicam estarem menos seguros na permanência do Emprego Atual e apenas 14,0% se sentem mais seguros no emprego. Apesar do resultado ainda ser baixo há melhoras, em outubro, esses valores eram de 37,2% e de 12,5%, respectivamente. Também há evolução, desde o início do ano, quanto à segurança no emprego. Na época, apenas 4,2% dos entrevistados sentiam-se mais seguros. 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. 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 72,4 pontos, aumento de 5,0% frente ao mês anterior, sétima alta seguida. Já para a faixa acima de 10 SM o índice é de 101,0 pontos, alta de 4,2% frente a outubro, nona alta consecutiva. Assim, o grau pessimista das famílias é observado nas que possuem rendimentos até 10 SM, enquanto, nas que possuem renda de mais de 10 SM inicia-se o grau de otimismo.

O **indicador da Renda Atual** continua apresentando crescimento positivo na passagem do mês ao crescer 3,6%, depois de avançar 4,2% no mês anterior.

Durante o ano de 2022 o componente apresenta predomínio de taxas positivas, com nove meses em crescimento. Assim, a média de variação mensal



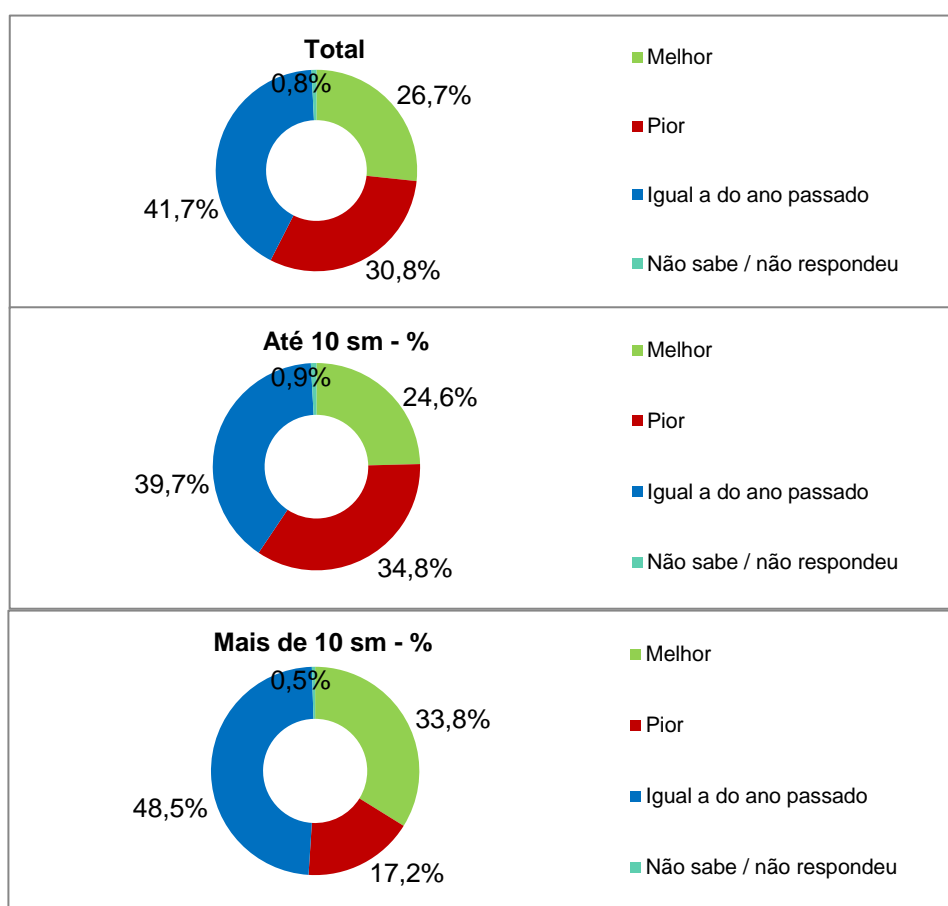
neste ano é de 3,4%. Vale notar que diferente do índice de emprego atual, o componente da renda apresentou a maior média de crescimento mensal no 1º trimestre de 2022, com alta de 5,47%, desacelerando para 0,37% no 2º trimestre e, novamente, acelerando para 4,0% no 3º trimestre. Devido a essa

recuperação, o índice é o menos afetado pela crise entre os demais componentes do ICF, ao estar 21,0% menor que em fevereiro de 2020.

Na variação anual, a renda atual mantém o movimento ascendente ao avançar 48,4% frente a igual período de 2021. O resultado deve-se à base de comparação, pois em novembro do ano passado, o índice foi o menor valor dos últimos 12 meses (64,6 pontos).

Os resultados positivos dos últimos meses não foram suficientes para

reverter o nível de confiança, que segue pessimista, ao situar-se em 95,8 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



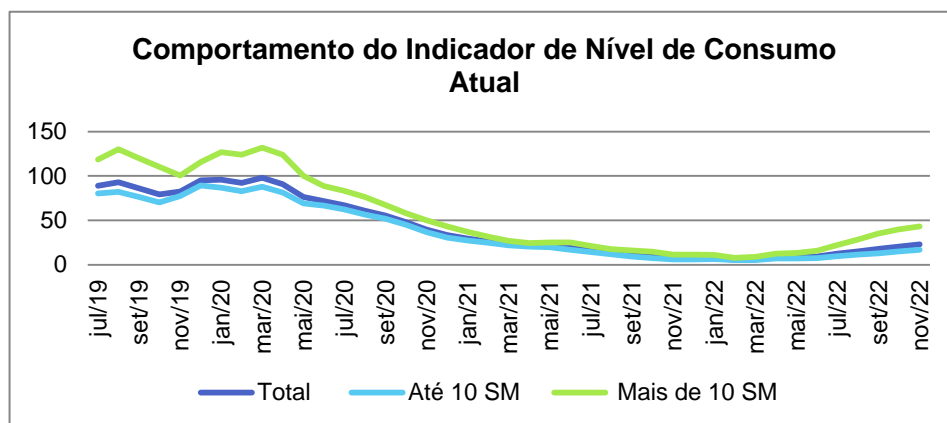
perdas da pandemia ainda é longo. São 30,8% dos entrevistados indicando estar com renda pior que no ano anterior, resultado muito superior ao registrado em fevereiro de 2020, naquele momento 21,9% das famílias afirmaram ter renda pior. Cenário equivalente para as famílias com renda melhor, onde 43,3% das famílias afirmaram essa condição em fevereiro de 2020, já neste novembro são 26,7% 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 17,2% das famílias com renda acima de 10 SM, que afirmam ter renda pior que no ano anterior, enquanto 34,8% 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 seis meses seguidos, alta de 2,6% diante do mês anterior, inclusive em termos de pontos vai se firmando em patamar otimista ao alcançar 116,7 pontos. Por outro lado, o índice para o grupo com menor renda segue em cenário pessimista ao registrar 89,8 pontos em novembro, mesmo com alta de 4,1% 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 nove meses com crescimento sucessivos. Em novembro de 2022, o índice



reduziu o ritmo de crescimento, ao avançar 11,0% diante do mês anterior. Entre julho e novembro, a média da alta foi de 19,3%.

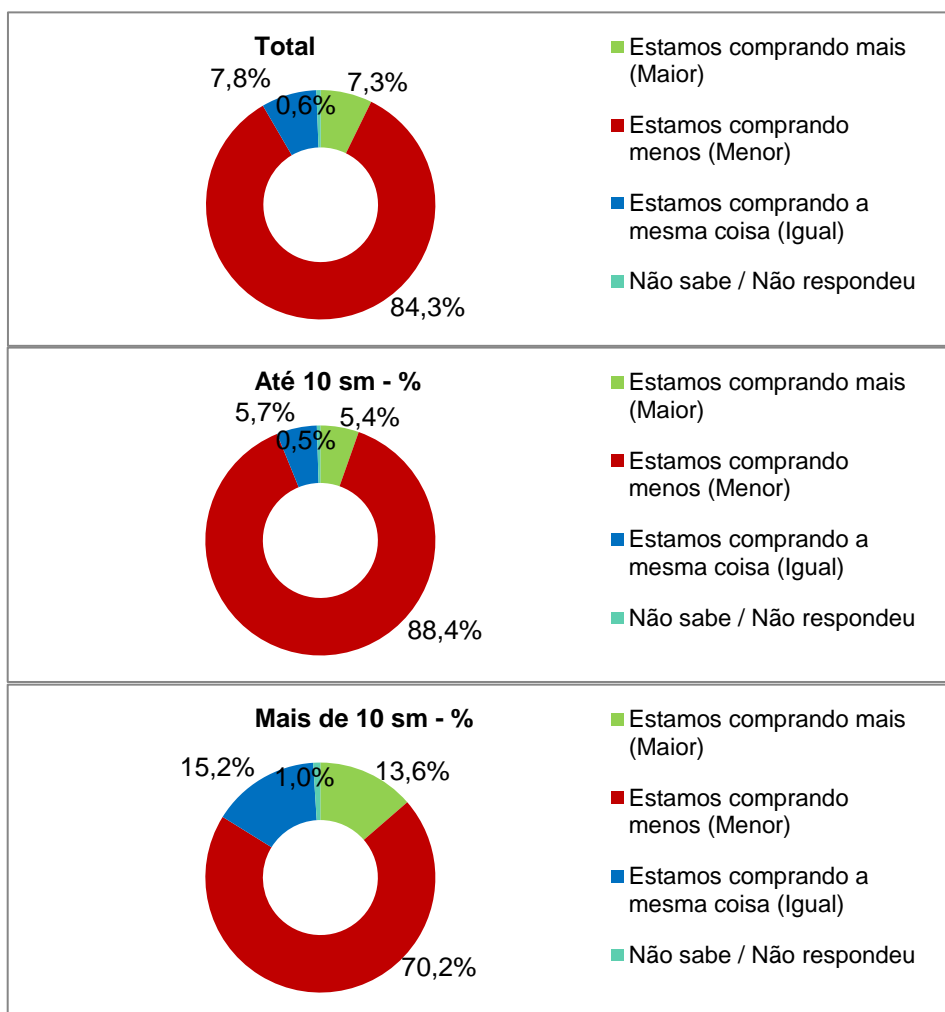
Nota-se que durante o ano de 2022, a taxa positiva foi predominante em nove meses, somente em janeiro e fevereiro houve retração, por isso, a variação mensal média do nível de consumo ao longo do ano foi de 11,8%, a maior taxa dentre os componentes do ICF. Esse desempenho diverge do movimento que ocorreu no mesmo período do ano anterior, quando houve o predomínio de taxas negativas entre janeiro e novembro. 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.

Por conta dessa base do ano de 2021 ser baixa, na comparação com igual período do ano anterior, o componente do consumo atual apresenta variação expressiva ao crescer 211,2%. Entretanto, mesmo com o forte ritmo de crescimento, ele ainda foi insuficiente para reverter os impactos negativos do índice que está 75,1% abaixo de fevereiro de 2020 (pré-pandemia). Diante

disso, o consumo atual segue em nível muito pessimista ao situar-se em 22,9 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. Porém, o ciclo da pandemia é mais crítico por estar marcado por mínimas históricas da série e também pela sua longevidade.

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 17,0 pontos na menor renda e 43,4 pontos na maior. Em novembro, ambas as faixas de renda apresentaram



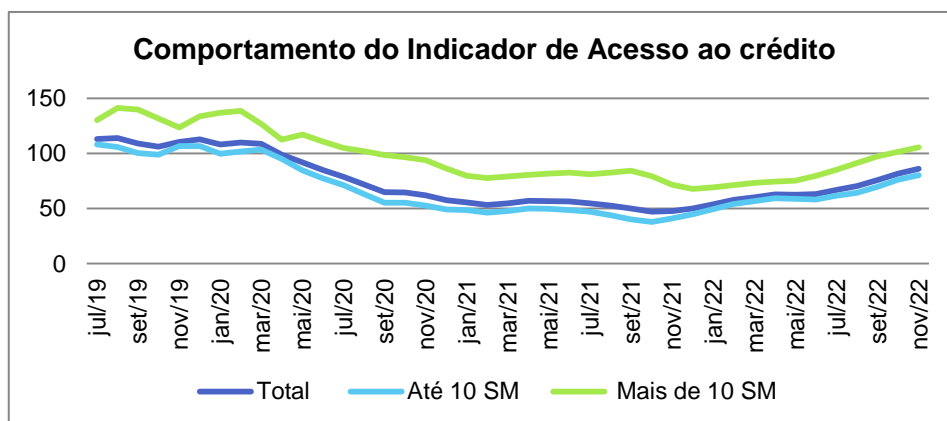
elevação frente ao mês anterior, alta de 13,1% na menor e 8,3% na maior faixa de renda, movimento positivo que ocorre desde fevereiro do ano corrente.

A queda do consumo atual também é visível nas respostas dos consumidores. A pesquisa aponta que 84,3% dos consumidores relatam estarem comprando menos do que antes e, somente, 7,3% afirmam estarem comprando mais do 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 70,2% dos entrevistados com renda acima de 10 SM que relatam estarem comprando menos que antes e 88,4% para famílias com renda abaixo de 10 SM também indicam esta condição.

O componente de **Acesso ao Crédito** mantém a recuperação ao crescer pelo sexto mês seguido com alta de 5,1% frente ao mês anterior. Entre janeiro e

novembro de 2022, o índice apresentou em todos os meses resultados positivos, exceto em maio e, por isso, o índice



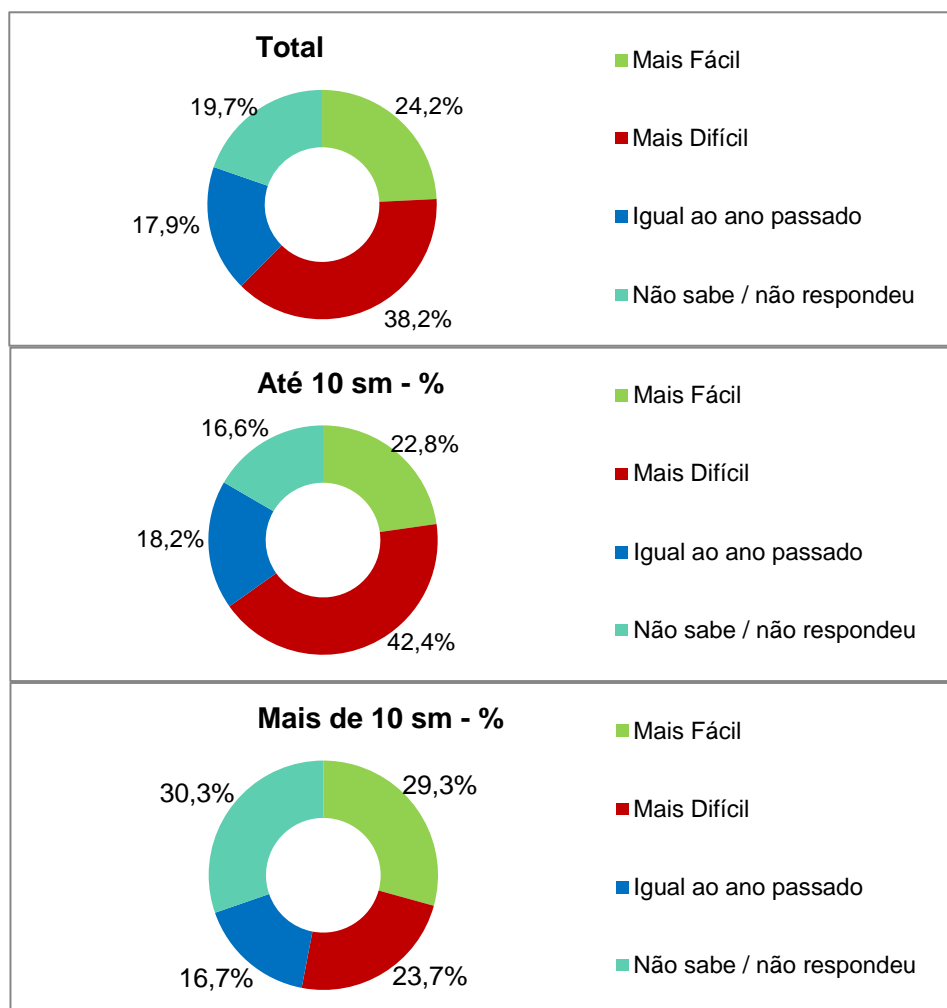
mostra crescimento médio de 5,1% ao longo do ano. No comparativo anual, acelerou a trajetória de crescimento com alta de 79,5%, a nona elevação consecutiva.

Entretanto, o resultado é insuficiente para reverter as perdas da pandemia, por isso o índice está 21,8% abaixo do patamar pré-crise. Além do mais, a

confiança das famílias permanece em nível pessimista ao situar-se em 86,0 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 38,2% dos entrevistados no mês de novembro de 2022, enquanto 24,2% acreditam que seja mais fácil o acesso ao crédito. Na comparação com o grupo de renda, a tendência de recuperação é mais intensa para

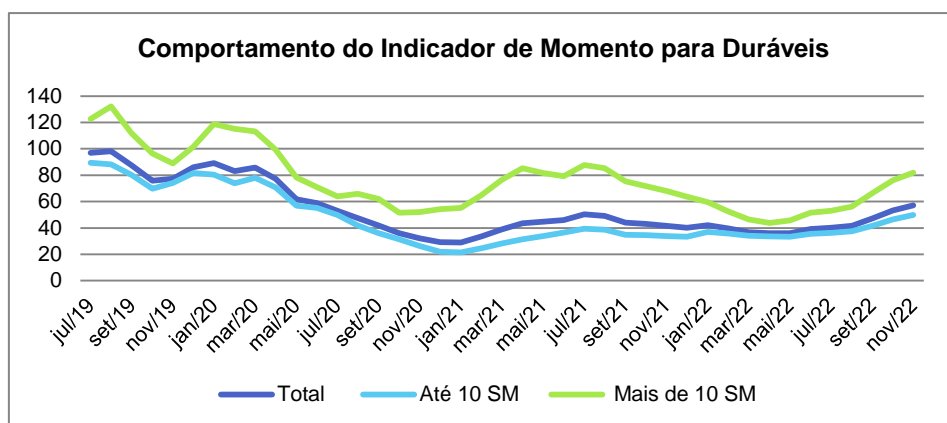


o grupo de maior renda, pois mantém trajetórias de crescimento por onze meses consecutivos. A proporção de entrevistados com renda maior que acredita que o

acesso ao crédito está mais fácil foi de 29,3%, enquanto 23,7% acreditam estar mais difícil. Como reflexo, o índice manteve-se, pelo segundo mês, acima dos 100 pontos, saindo assim da zona de pessimismo, e registrou os 105,6 pontos.

Já o grupo de menor renda cresceu 5,5% diante do mês anterior, quinta 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 42,4% deles indicando dificuldade no acesso e 22,8% considerando o acesso mais fácil. Em nível de pontos, o patamar dos que possuem menor renda ainda é pessimista com 80,3 pontos.

O momento para duráveis manteve a trajetória de recuperação ao crescer 7,4% diante do mês anterior, após alta de 12,9% em outubro. Esse é o sétimo resultado positivo seguido, assim, o índice posiciona-se em terceiro lugar no crescimento mensal neste mês, dentre os componentes do ICF.

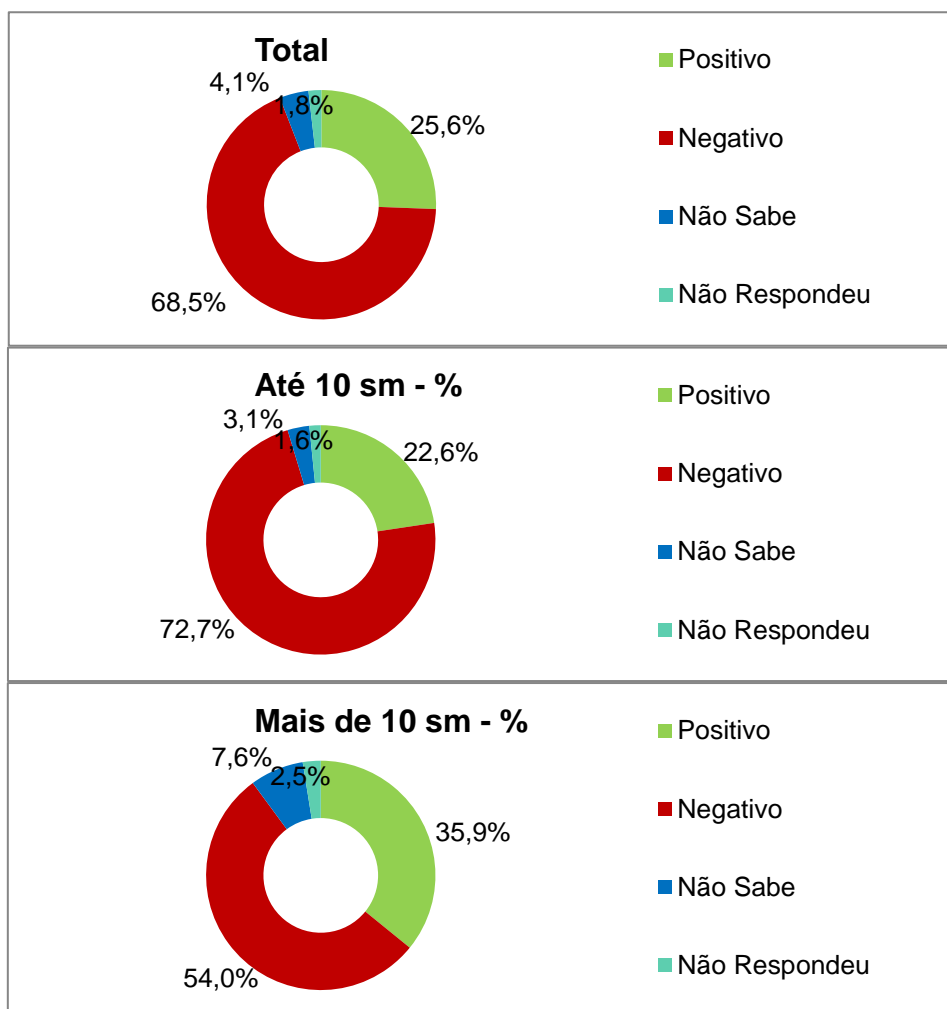


A recuperação do componente é mais forte agora, média de 10,2% para outubro e novembro, do que no 3º trimestre deste ano, quando a média de crescimento alcançou 6,5%, depois da média de 2,1% no 2º trimestre e da negativa em 2,7% no 1º trimestre. No comparativo anual, o índice atual é 37,3% superior ao de novembro de 2021.

Importante notar que em termo absoluto, o momento para duráveis situa-se abaixo dos 100 pontos por 71 meses seguidos (desde dezembro de 2016), o que indica a persistência do patamar negativo mesmo antes da pandemia. Em

novembro o índice foi de 57,1 pontos. Esse nível ainda é considerado muito preocupante em termos absolutos, mas as medidas fiscais de redução do imposto industrializado para bens duráveis, bem como o avanço das contratações formais de trabalhadores ao longo do ano, podem estar provocando mudanças na confiança dos consumidores e incentivando o processo de retomada observado desde maio. De lá para cá são sete meses de aumento contínuo do índice a um crescimento médio de 6,9%.

A parcela de consumidores que acreditam ser um momento negativo para compras deste tipo de produto atingiu 68,5%, queda de 2,3 p.p. em relação ao mês anterior (70,8%). A proporção dos consumidores que acreditam ser um momento positivo para essas compras saltou de 23,9% para 25,6%, alta de 1,7 p.p. diante do mês anterior. O forte 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 mais precaucionista no consumo, evitando realizar gastos mais vultosos e o possível comprometimento da renda.

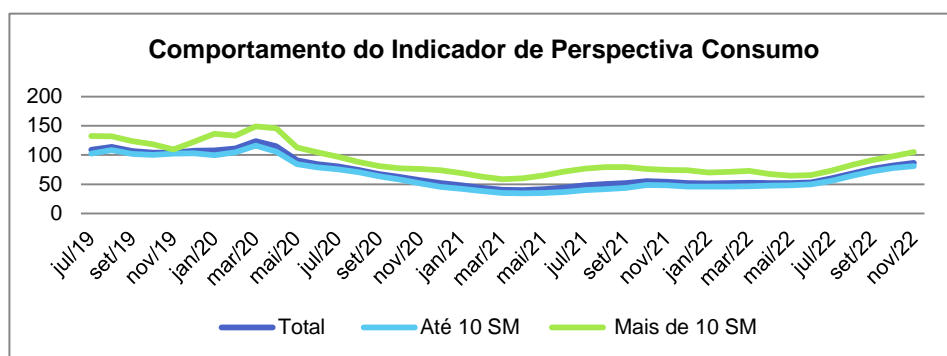
Na comparação com o grupo de renda, o nível pessimista em termos de pontos alcança as duas faixas de rendas, entretanto o impacto negativo é mais elevado para as famílias com menor renda. O índice para as famílias com renda acima de 10 salários mínimos encerrou o mês em 81,8 pontos, alta de 5,7 p.p. na passagem do mês, sétimo movimento de crescimento consecutivo.

Já as famílias com renda abaixo de 10 salários mínimos, apresentou alta de 3,4 p.p. na passagem do mês, sexto resultado positivo seguido. Assim, o índice em valores absolutos para o grupo de renda menor alcançou os 49,9 pontos no mês, o maior nível observado nos últimos 29 meses.

PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO

A **perspectiva de consumo** manteve a trajetória de crescimento ao avançar 5,4% frente ao mês anterior, antes alta de 7,2% em outubro. Esse é o sexto resultado

positivo seguido e está alinhado com o componente de consumo atual, situação que indica retomada do

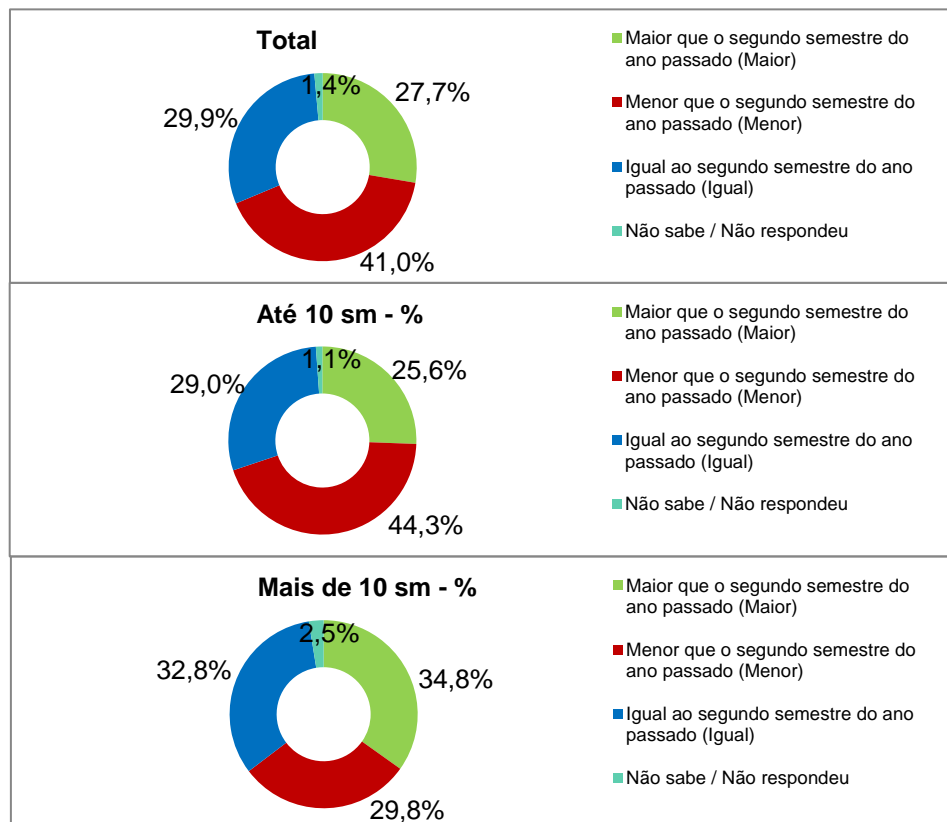


consumo das famílias. No comparativo anual, o ritmo da recuperação é forte, ao crescer 59,9%. Além disso, a trajetória positiva na comparação anual é mantida por doze meses seguidos. Entre janeiro e novembro, a média mensal de variação é positiva (3,5%), assim, as perspectivas de consumo em patamar positivo 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,



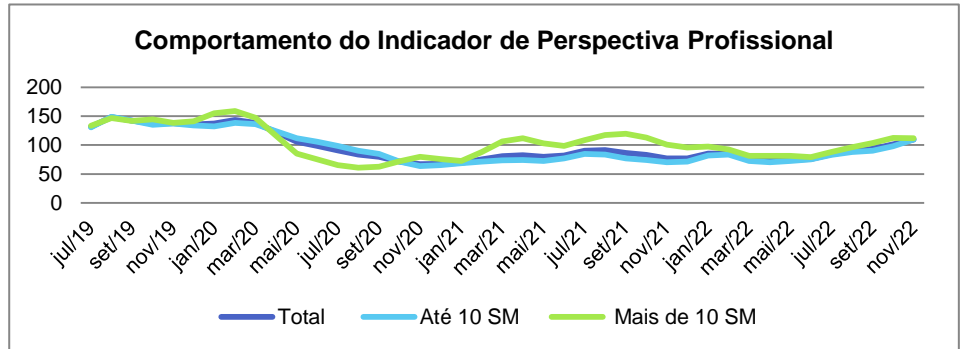
enquanto 32,5% com renda maior afirmaram essa condição. Ao analisar a tendência de variação mensal, ambos os grupos de renda avançaram diante do mês anterior, reduzindo em 2,9 p.p. e 2,2 p.p., respectivamente.

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.

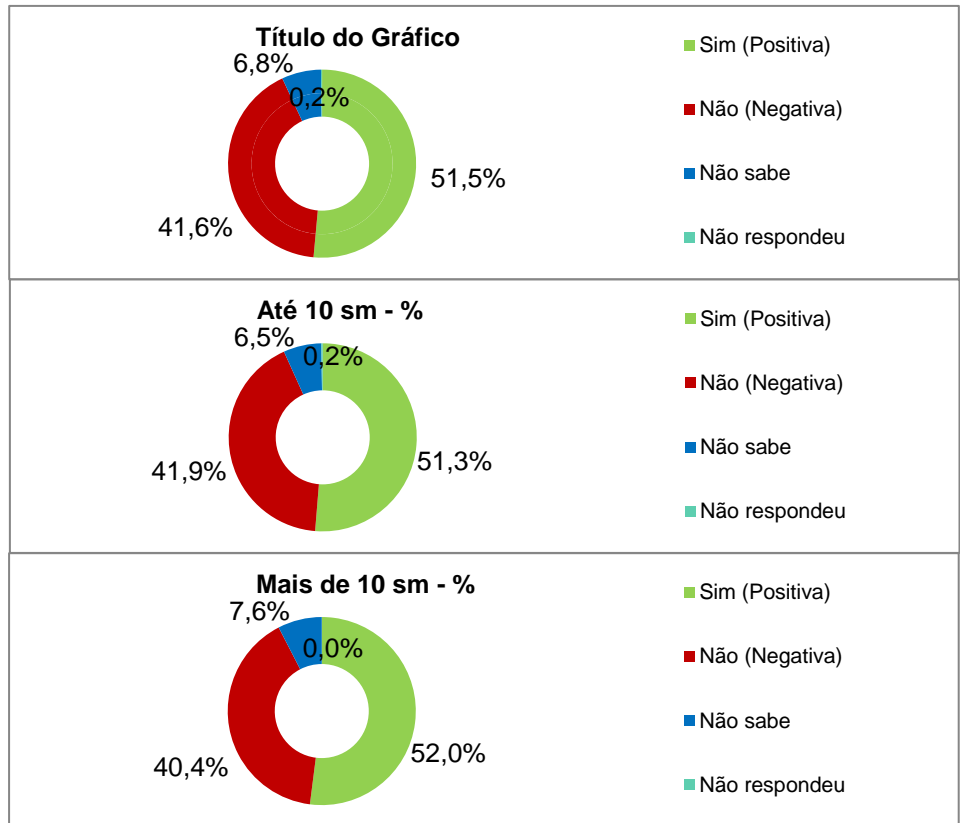
A maior parcela das famílias (47,1%) demonstrou uma



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.