

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

ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC
Maio de 2023

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	15
METODOLOGIA.....	19

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Intenção de Consumo das Famílias Catarinenses (ICF) segue em contínuo crescimento pelo décimo quarto mês consecutivo e ao apresentar alta de 2,3% na passagem de abril para maio alcançou os 99,1 pontos, no limiar do ponto de corte entre a zona de pessimismo e a de otimismo, os 100 pontos.

Apesar do movimento de alta, o ritmo de recuperação do índice é gradativo e, inclusive, vem desacelerando mês a mês, sugerindo que o consumidor tem observado certa melhora em sua condição econômica, ao mesmo tempo em que ainda percebe distante um clima mais propenso às compras. Desta forma, a evolução do ICF permanece robusta em relação ao período mais recente enquanto persiste hiato frente aos resultados pré-pandemia. Assim, a satisfação das famílias em maio de 2023 está 84,3% acima da registrada em maio de 2022, e 11,6% abaixo da de fevereiro de 2020.

O resultado positivo do mês alcançou a maioria dos componentes do ICF, sendo destaque o nível de consumo atual ao crescer 12,1% na passagem do mês e 433,2% na comparação com maio de 2022. Todavia, permanece como o componente mais impactado pela crise, com perdas de 49,7% frente fevereiro de 2020. Em termos absolutos, o componente estava na casa dos 92,2 pontos na pré-pandemia e agora, em maio, encontra-se no nível dos 46,4 pontos.

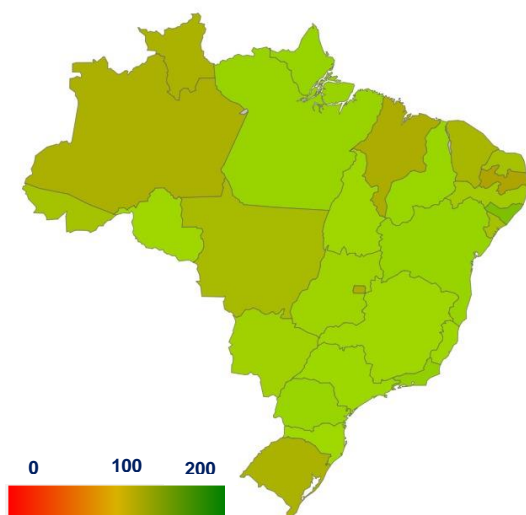
Do lado negativo, houve queda em relação ao mês anterior no componente perspectiva profissional e no acesso ao crédito, -2,1% e -0,5%, em ordem. A desaceleração do mercado formal de trabalho, que vem acontecendo desde novembro de 2022, além do peso da inflação e dos juros elevados nos orçamentos familiares impactam diretamente esses dois componentes e podem ser as principais causas para tal contração. Em termos de pontuação, estão no patamar dos 136,2 e dos 106,4 pontos, respectivamente.

Intenção de Consumo das famílias catarinenses avança, mas em ritmo menor

O indicador ficou em 99,1 pontos numa escala de 0 a 200

Santa Catarina							
Indicadores	fev/20	mai/22	abr/23	mai/23	Variação mensal	Variação anual Igual período	Variação fev/20 (pré-pandemia)
Emprego Atual	123,5	62,3	97,9	103,0	5,2%	65,3%	-16,6%
Perspectiva Profissional	143,2	74,5	139,1	136,2	-2,1%	82,6%	-4,9%
Renda Atual	121,3	80,2	123,3	127,6	3,4%	59,0%	5,2%
Acesso ao Crédito	110,0	62,5	106,9	106,4	-0,5%	70,2%	-3,3%
Nível de Consumo Atual	92,2	8,7	41,4	46,4	12,1%	433,2%	-49,7%
Perspectiva de consumo	111,1	51,9	95,0	99,0	4,3%	90,8%	-10,9%
Momento para duráveis	83,2	36,1	74,2	75,0	1,1%	107,4%	-9,9%
ICF	112,1	53,8	96,8	99,1	2,3%	84,3%	-11,6%

Índice do ICF por Estado – Maio de 2023



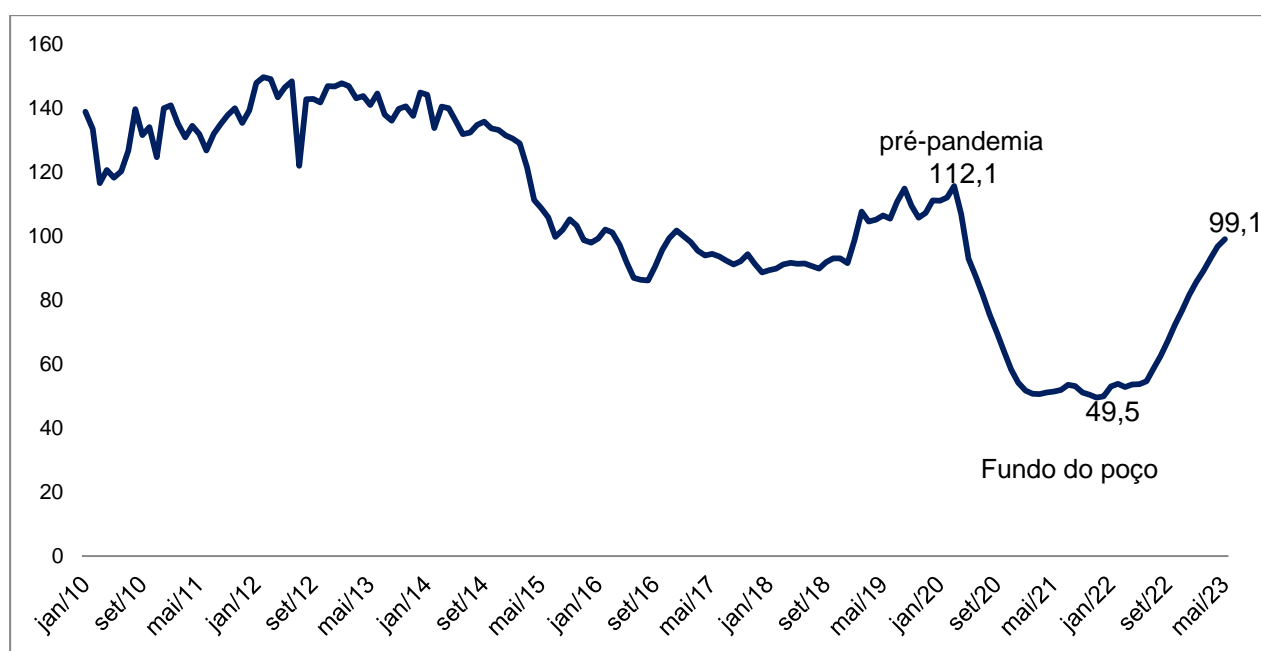
Intenção de Consumo das Famílias (ICF) catarinenses mantém recuperação ao crescer 2,3% na passagem do mês. Apesar do resultado positivo, o ritmo desacelerou na comparação com o mês anterior, quando houve alta de 4,0%. Ainda, a variação de maio é a menor de 2023 (5,2% em janeiro, 4,0% em fevereiro, 4,3% em março e 4,0% em abril) reforçando assim a tese de que o cenário econômico de desaceleração já começa a ser notado pelos consumidores.

Em termos absolutos, o ICF mantém-se no limiar da linha de corte que separa a zona de pessimismo da de otimismo (100 pontos) com 99,1 pontos em maio. Em situação análoga o estado do Espírito Santo apresenta 99,9 pontos. Além de Santa Catarina e do Espírito Santo, outras dez unidades da federação permanecem com o índice abaixo dos 100 pontos. Já o consolidado para o Brasil revelou que a Intenção de Consumo das Famílias em maio encontra-se no nível dos 96,7 pontos. O que pode ser um indício de que os consumidores ainda

não foram completamente impactados pela divulgação dos programas do Governo Federal: Desenrola Brasil e Novo Carro Popular.

Mesmo apresentando trajetória de recuperação ininterrupta desde março de 2022, a intenção de consumo das famílias catarinenses permanece em nível pessimista ao situar-se em 99,1 pontos. Com esse resultado, mantêm-se o ciclo de patamar negativo em termos absolutos pelo trigésimo sétimo mês consecutivo, 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. Ademais, 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 11,6% abaixo do período pré-pandemia.

Intenção de Consumo das Famílias (ICF) - SC



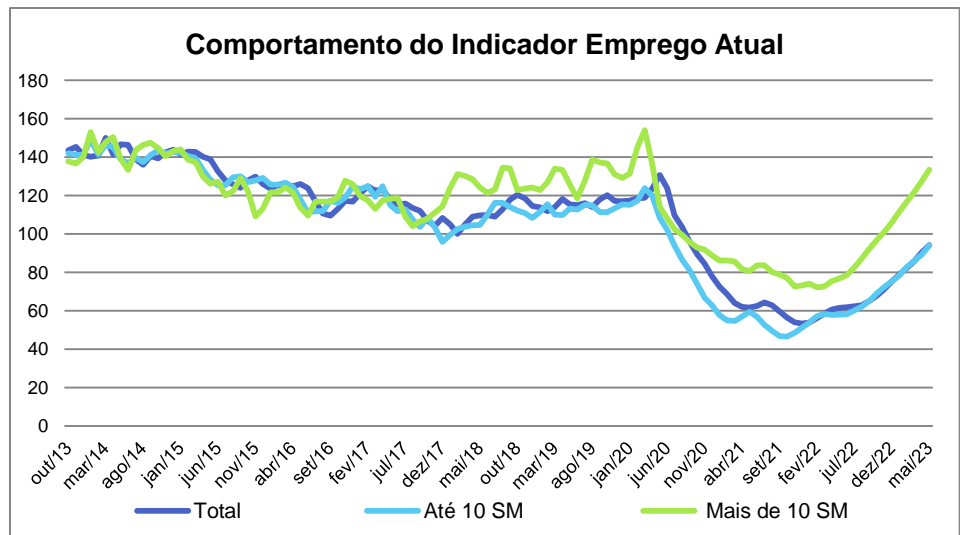
A pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias permite avaliar tanto a situação atual quanto às expectativas e perspectivas dos principais aspectos relacionados ao consumo no estado de Santa Catarina, também é possível analisar os dados conforme recorte de faixa de renda familiar menor ou maior que 10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

MOMENTO ATUAL: EMPREGO E RENDA

A expectativa das famílias para o **Emprego Atual** mantém trajetória de crescimento pelo décimo nono mês consecutivo, ainda, acelerou a recuperação

ao crescer 5,2% diante do mês anterior, após a alta de 3,9% em abril.

Desde outubro de 2021, quando atingiu o menor patamar da série histórica em

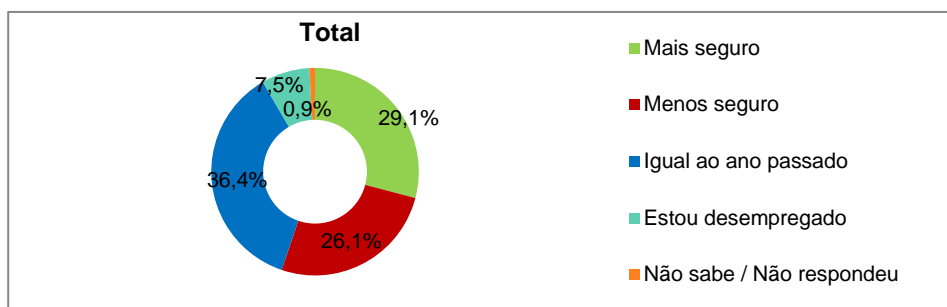


termos absolutos (53,4 pontos), o índice apresenta sucessivos resultados positivos, de modo que, a taxa média de crescimento nesse período foi de 3,5%.

Esse cenário está em linha com o mercado formal de emprego no Estado, que avançou fortemente em 2021 e em 2022, recuperando em grande parte os postos de trabalho fechados ao longo da pandemia. Agora, somente nos quatro primeiros meses de 2023, o mercado de trabalho catarinense já criou 55.713 oportunidades formais, segundo os dados oficiais do CAGED.

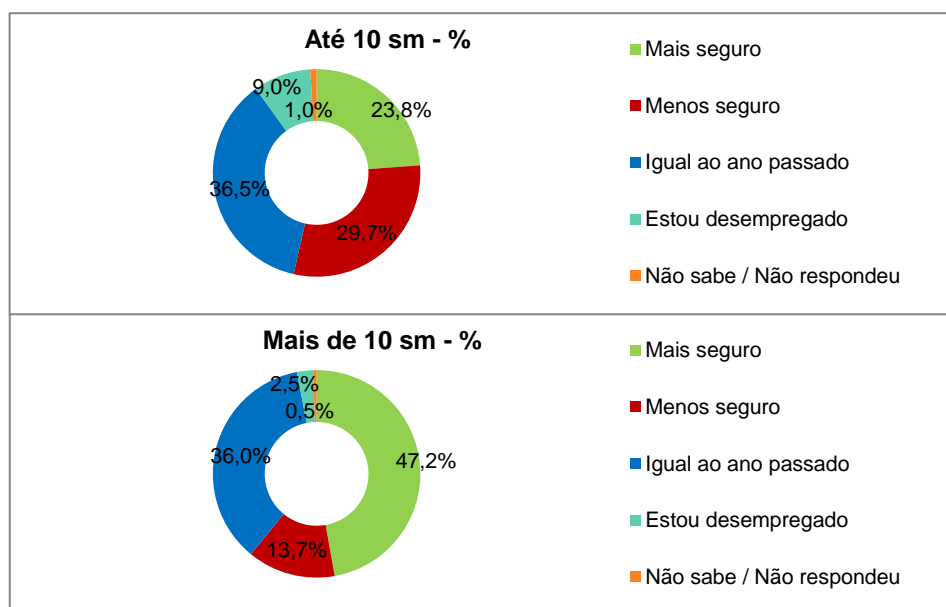
O desempenho favorável levou o índice a romper a linha dos 100 pontos em maio, situando-o em 103,0 pontos – valor considerado de tímido otimismo numa escala que vai de 0 a 200. Com isso, o indicador deu fim a uma série de 34 meses consecutivos em patamar negativo, o maior intervalo com perspectivas negativas quanto ao emprego atual desde o início da pesquisa, pois mesmo em crises anteriores, as famílias apresentaram momentos otimistas quanto ao emprego. No entanto, o índice está 16,6% abaixo do nível pré-crise (fevereiro de 2020) e assim, de certa forma, as famílias ainda não estão totalmente seguras em relação ao início da pandemia.

Com relação às faixas de renda analisadas na pesquisa, a tendência acompanha o indicador principal quanto ao grau de otimismo das famílias. Em termos totais,



36,4%, a maior parte dos entrevistados declararam que se sentem iguais ao ano passado, estando os demais levemente mais seguros (29,1%) do que menos seguros (26,1%).

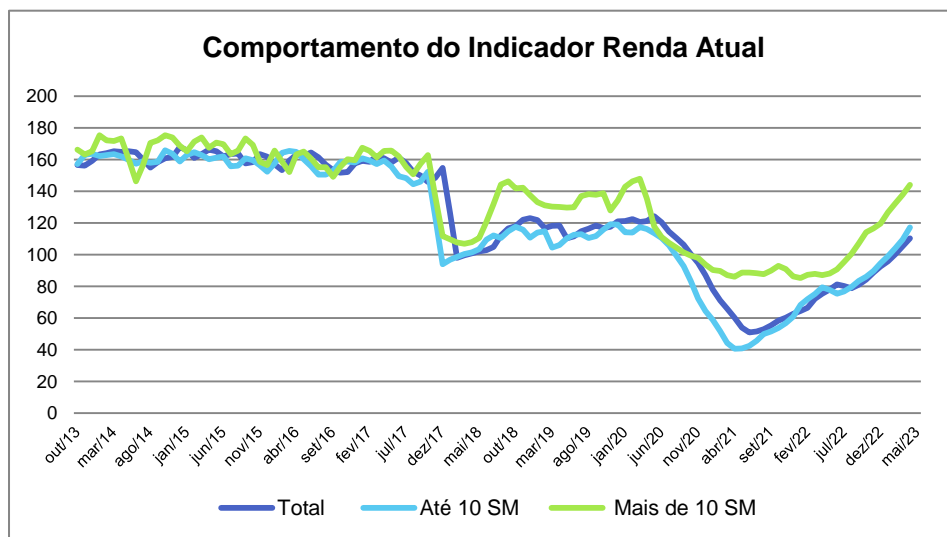
A preponderância dos que se sentem em condições iguais a do ano passado também é observada tanto entre as famílias menos abastadas (36,5%) quanto entre as mais ricas (36,0%). Todavia, o impacto negativo parece ser mais forte para as famílias com renda abaixo de 10 SM, das quais 29,7% afirmam que se sentem



menos seguras, enquanto 23,8% estão mais seguras. Em sentido oposto, entre as famílias com renda superior a 10 SM a parcela dos que se sentem mais seguros é de 47,2% ao passo que 13,7% sentem-se menos seguros. Com isso, embora os dados sejam relativos às expectativas dos entrevistados, pode-se vislumbrar algum indício de que o mercado de trabalho catarinense esteja mais aquecido para os profissionais cujas faixas de rendimentos sejam maiores.

O indicador da **Renda Atual** mantém a trajetória positiva que permanece por onze meses

consecutivos, ao avançar 3,4% em maio. Inclusive, tal comportamento do componente do ICF também é observado quando o desmembramos em faixas de

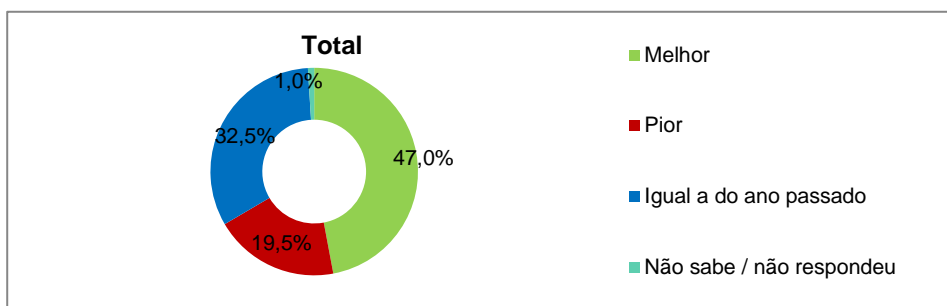


rendimentos. Sendo que entre as famílias com renda até 10 SM o desempenho é análogo ao descrito para o indicador, enquanto, para as famílias mais ricas o crescimento foi de 3,5% na passagem do mês, consolidando uma série de treze variações positivas consecutivas.

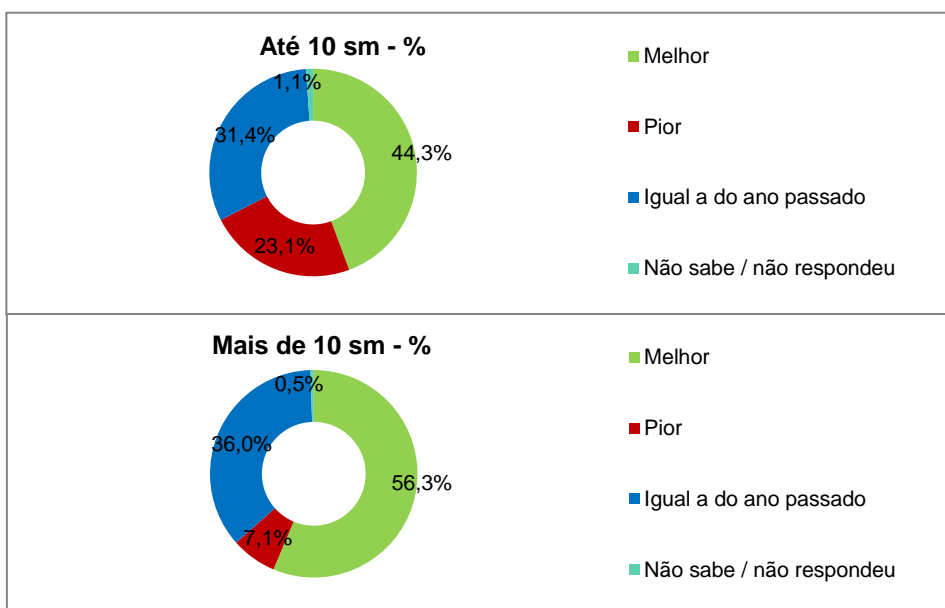
A sequência de resultados positivos acabou por levar o índice a romper a marca dos 100 pontos em todos os segmentos de rendimento meses atrás. Para as famílias mais abastadas, desde de agosto de 2022 (100,5 pontos) que o indicador voltou a zona de otimismo e em maio solidificou-se ao atingir os 149,2 pontos. Para as famílias com renda até 10 SM, o retorno deu-se em fevereiro de 2023 (104,1 pontos) e agora alcançou os 121,3 pontos. Já o indicador da renda atual consolidado permanece na região otimista desde dezembro de 2022 (100,3 pontos) e marcou os 127,6 pontos no mês atual.

O desempenho do indicador de renda atual consolidado também se destaca na comparação com anual e com o período pre-pandemia. Frente ao resultado de maio de 2022 (80,2 pontos), o de agora é 59,0% superior, indicando o quanto o movimento de recuperação do índice foi intenso nos últimos doze meses. Em relação a fevereiro de 2020 (121,3 pontos), o indicador é o único que se encontra em patamar superior ao da época, 5,2%.

Ao analisar as respostas dos entrevistados, observa-se que a maioria indica estar com renda melhor a do ano passado (47,0%) e, em seguida aparece o grupo dos que afirmam estar com renda igual a do ano passado (32,5%). Aqueles que se declararam com renda inferior a do ano passado representam 19,5%.

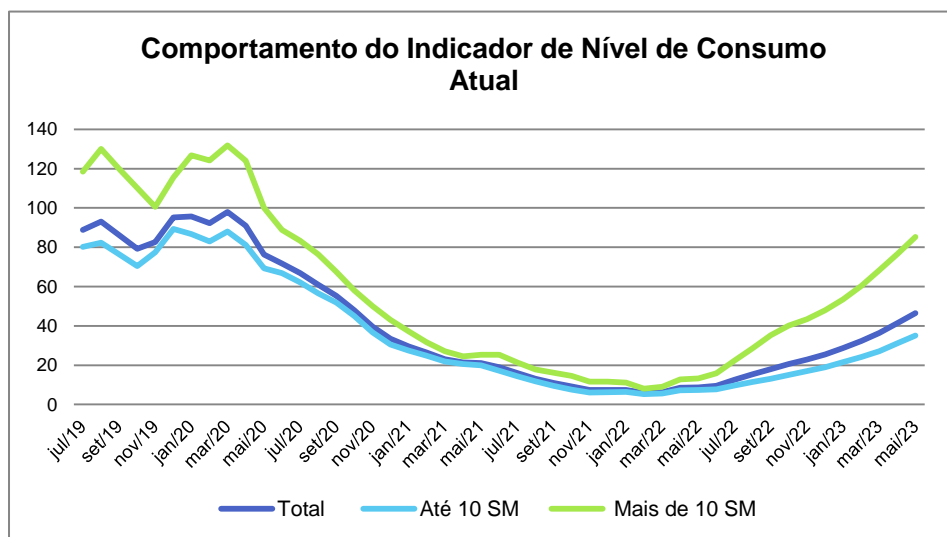


Ao analisar as faixas de renda, o impacto no indicador é mais acentuado para as famílias com renda acima de 10 SM. Esse resultado é visível na manifestação de 56,3% das famílias com renda acima de 10 SM, que afirmam ter renda melhor do que no ano anterior, enquanto para as famílias com renda até 10 SM o percentual é de 44,3%, uma diferença de 12,0 p.p. Ainda reforça tal intensidade, a distância de 16,0 p.p. entre o percentual das famílias mais ricas que afirmam ter uma renda pior do que no ano passado (7,1%) e o das menos abastadas nesta condição (7,1%). Já no grupo dos que se declaram estar em condições iguais, há proximidade: 31,4% até 10 SM e 36,0% acima de 10 SM.



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

O indicador do **nível de consumo atual** continua a trajetória de recuperação iniciada em março de 2022, após o registro do menor valor da série histórica em fevereiro de 2022, 5,9 pontos. Agora, em maio de 2023, o ritmo de crescimento deste indicador manteve-se forte, ao avançar 12,1% diante do mês

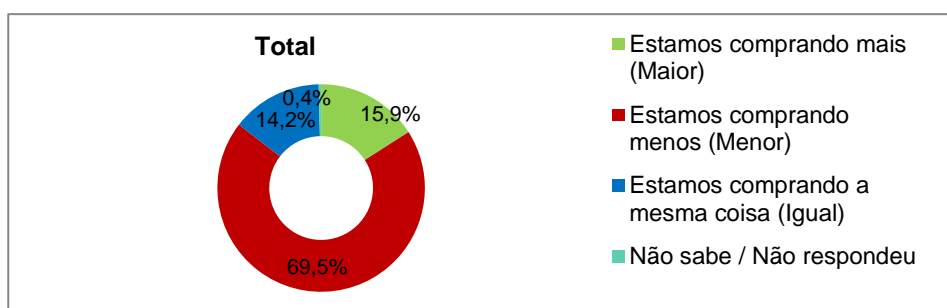


anterior, a maior taxa dentre os componentes do ICF. Só em 2023, a média de crescimento deste componente é de 12,7%. Tal movimento dura quinze meses e permitiu a recuperação de 40,5 p.p., levando o índice aos 46,4 pontos. Todavia, o ritmo gradativo ainda não foi suficiente para tirar o indicador da zona de pessimismo. A última vez que o nível de consumo atual esteve acima dos 100 pontos foi em fevereiro de 2015 (110,3 pontos). Assim, a taxa já estava em patamares negativos antes da pandemia, e sofre efeitos desde a crise de 2015 e 2016. Mas, o ciclo atual é mais crítico pois possui as mínimas históricas da série.

Na comparação com igual período do ano passado, o indicador também apresentou a maior variação dentre os componente do ICF ao crescer 433,2%. Tal desempenho é, em boa medida, em razão dos baixíssimos valores registrados no primeiro semestre de 2022, o que impulsiona bastante os cálculos. Entretanto, em relação ao período pré-pandemia a situação é contrária porque ainda há um hiato de -49,7%.

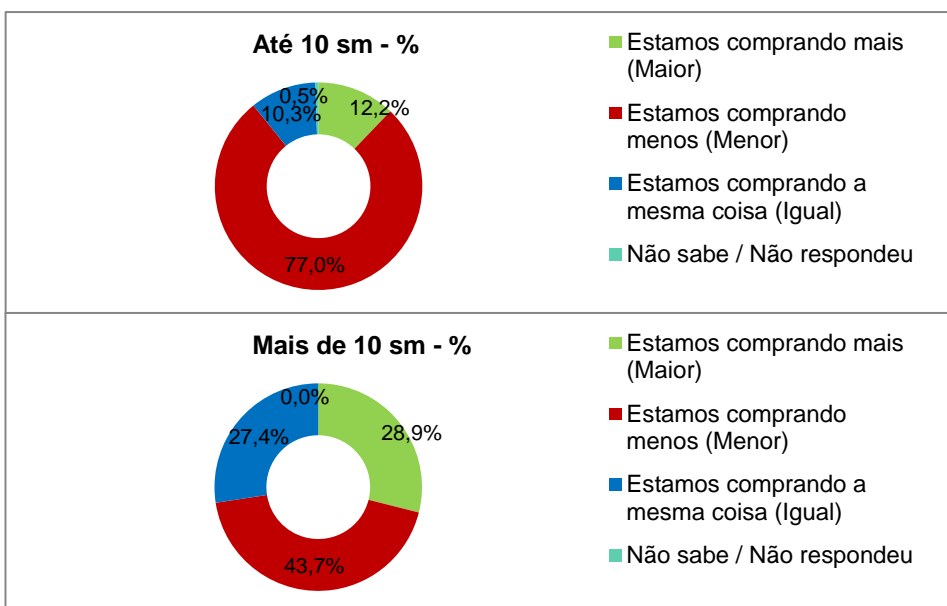
A recuperação do nível de consumo vem ocorrendo de modo similar para as duas faixas de renda analisadas, mas em magnitudes diversas. Pois, enquanto na faixa até 10 SM a taxa média de crescimento nos últimos quinze meses é de 13,7%, na faixa acima de 10 SM é de 17,5%. Em termos absolutos, o indicador para as famílias com rendas até 10 SM está com 35,1 pontos em maio, e para as famílias com rendimentos acima dos 10 SM com 85,3 pontos.

A deterioração do consumo atual também é visível nas respostas dos consumidores. A pesquisa aponta que, em maio, 69,5% dos consumidores relatam que estão

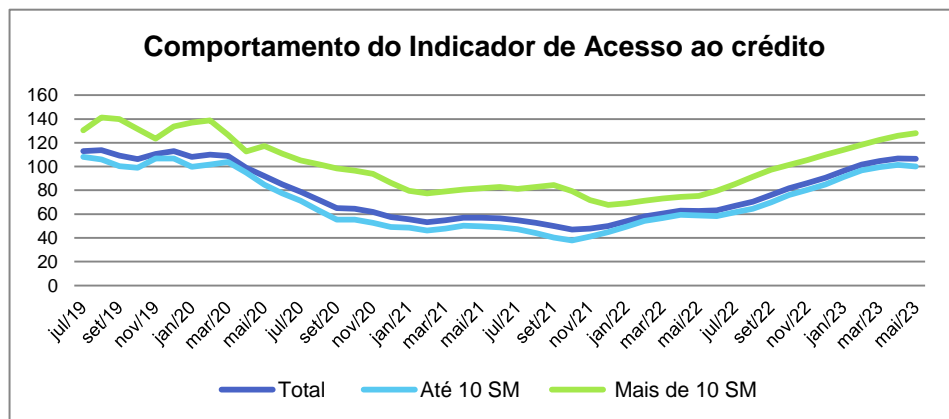


comprando menos do que antes e 15,9% afirmam que estão comprando mais. A título de comparação, em igual período do ano de 2020, 43,4% das famílias indicavam que compraram menos do que antes e 19,6% compraram mais.

Com relação às faixas de renda, o cenário é semelhante para ambos os grupos em maio, todavia, com maior impacto no grupo de menor renda. São 43,7% dos entrevistados com renda acima de 10 SM que compram menos do que antes e 77,0% para as famílias com renda abaixo de 10 SM.



O componente de **Acesso ao Crédito** cessou o movimento positivo de onze meses consecutivos, ao reduzir -0,5% diante do mês anterior. Esse foi o primeiro resultado negativo do ano de 2023 e pode ser



uma consequência direta do atual elevado custo do crédito. Entre as famílias que possuem renda até 10 SM o indicador também caiu na passagem do mês, - 1,2%, mas entre as com rendimentos acima de 10 SM ele subiu 1,6%, evidenciando a tese de que os credores estão mais seletivos.

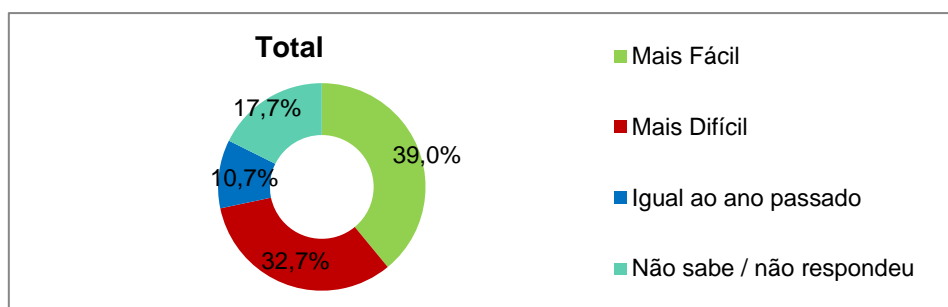
No comparativo anual, o indicador apresentou a mesma variação do mês anterior, 70,2%. O expressivo percentual deve-se ao gradual movimento de recuperação do índice iniciado após a mínima histórica em outubro de 2021 (47,1 pontos), mas que acelerou em meados de 2022, de modo que a base de comparação ficou baixa frente ao resultado de agora, quando atingiu os 106,4 pontos.

Em termos absolutos, o resultado de maio, 106,4 pontos, confirma a manutenção do indicador de acesso ao crédito em patamar de ligeiro otimismo pelo quarto mês consecutivo. Entre as faixas de rendas, o indicador para as famílias menos abastadas cravou os 100,1 pontos, praticamente, na linha de corte da região de otimismo com a de pessimismo. Enquanto, entre as famílias mais ricas os 127,9 pontos de maio consolida a acessão do índice na região de otimismo. Entretanto, o resultado é insuficiente para reverter as perdas da pandemia e, por isso o índice está 3,3% abaixo do patamar pré-crise.

A análise das respostas revela que a proporção das famílias que acreditam que comprar a prazo está mais difícil atingiu 32,7% dos entrevistados

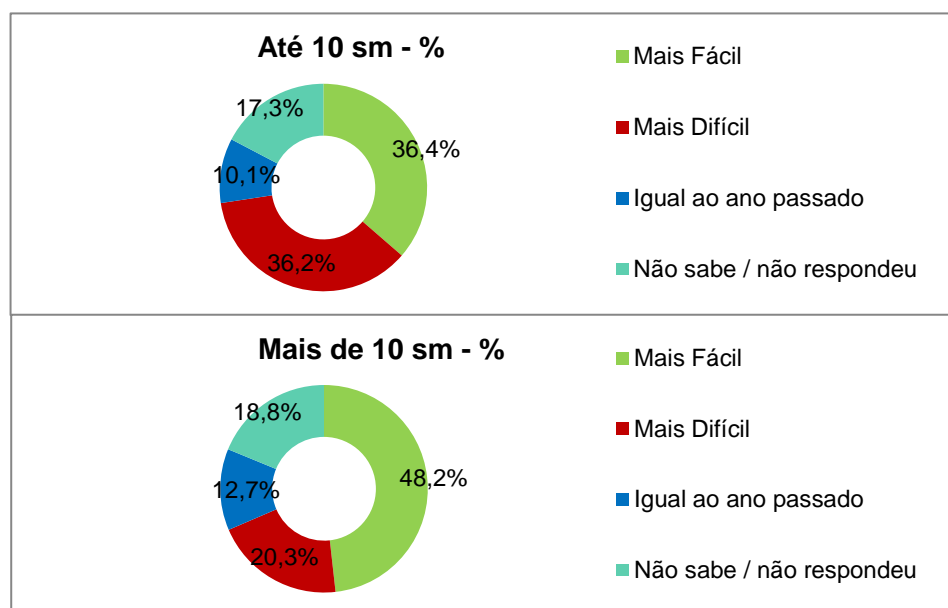
no mês de maio de 2023. Por outro lado, 39,0% acreditam que seja mais fácil o acesso ao crédito.

Enquanto 10,7% afirmaram que esteja igual e 17,7% não souberam



responder, engrossando assim um movimento de polarização na percepção dos entrevistados quanto a questão.

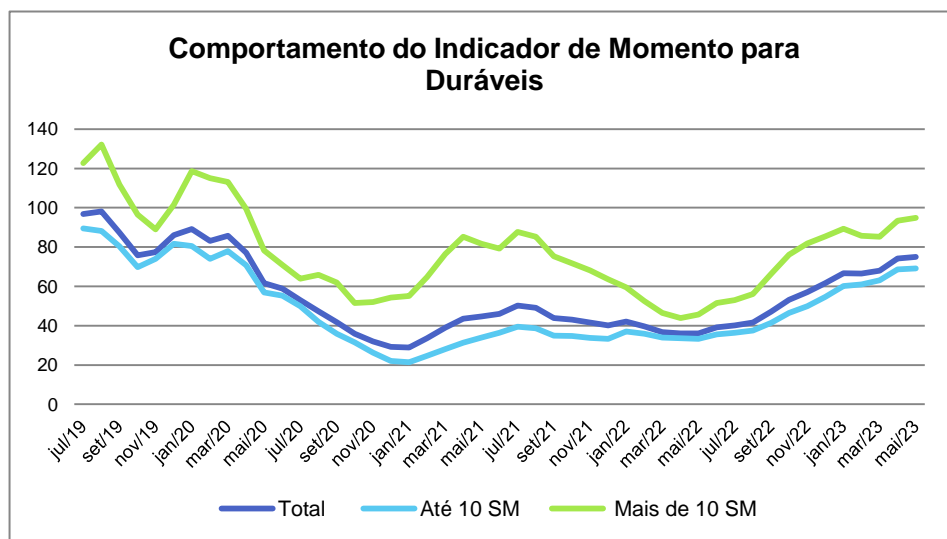
Na análise por segmento de renda é notório a polarização entre as famílias menos abastadas, onde 36,4% declaram estar mais fácil o acesso ao crédito e 36,2% dizem que não. No entanto, nas famílias com renda acima de 10 SM, a predominância é



de que está mais fácil obter crédito, 48,2%, ao passo que 20,3% sinalizam que está mais difícil.

As respostas dos entrevistados confirmam a maior dificuldade das famílias com renda menor em buscar crédito no mercado e reforça a tese de que o crédito além de caro tem ficado mais escasso e de difícil acesso para o consumidor em geral, sobretudo, para os menos abastados.

O **momento para duráveis** cresceu pelo terceiro mês consecutivo ao apresentar variação de 1,1% diante de abril de 2023. Em relação aos segmentos por faixa de rendimentos, o comportamento é mais semelhante ao das famílias mais ricas que após nove meses de crescimento recuou em fevereiro (-4,0%) e



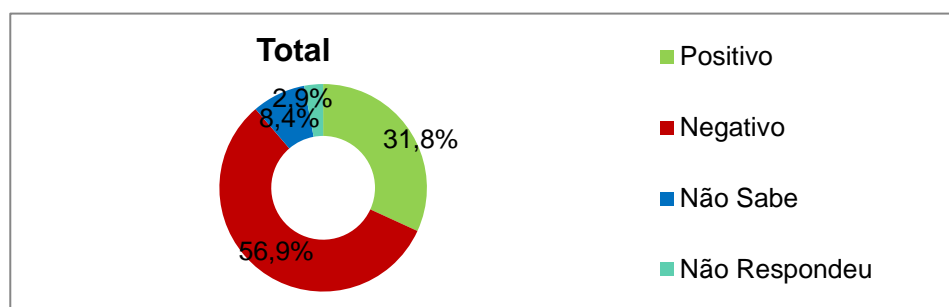
em março (-0,7%) voltando a crescer em maio com 1,6%. Já o indicador para as famílias com renda até 10 SM segue mostrando variações positivas pelo décimo segundo mês consecutivo com os 0,8% de agora.

Assim, em termos absolutos, o indicador de momento para duráveis atingiu o nível dos 75,0 pontos em maio. Tal nível é considerado preocupante em termos absolutos, mas com o anuncio das medidas fiscais para a redução do preço dos veículos esse indicador pode ser fortemente impactado nos próximos meses, sobretudo, na classe com renda superior a 10 SM, cujo índice está no patamar dos 94,9 pontos. Na classe de renda até 10 SM o indicador encontra-se nos 69,2 pontos. Importante notar que em termo absoluto, o momento para duráveis situa-se abaixo dos 100 pontos por 77 meses seguidos (desde dezembro de 2016), o que indica a persistência do patamar negativo mesmo antes da pandemia.

Desta forma, no comparativo anual, o índice aumentou 107,4%, nona alta consecutiva. O resultado expressivo é graças ao baixo nível do indicador no ano passado, que nesta mesma época ainda não apresentava tendência de crescimento mais robusto. Por outro lado, no comparativo com fevereiro de

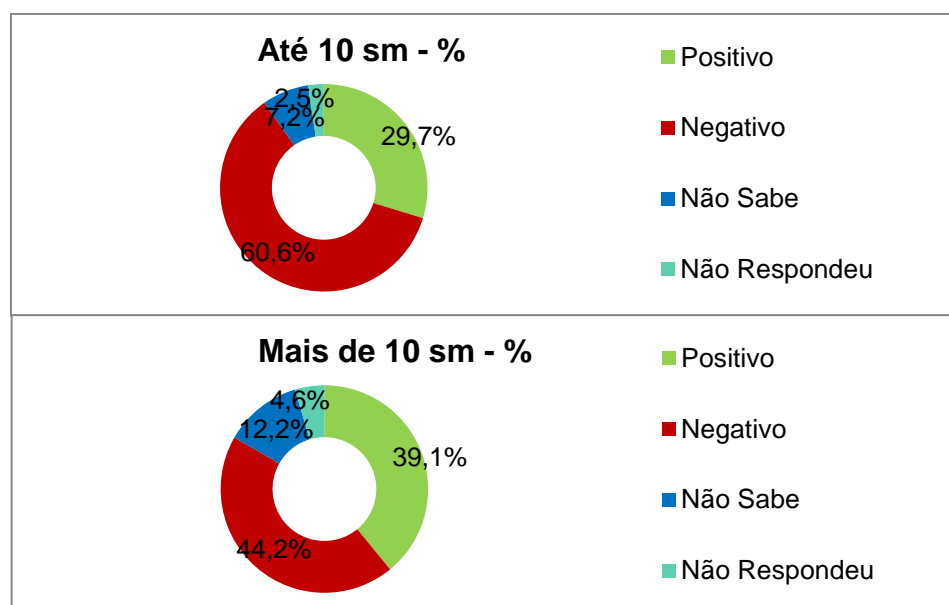
2020, permanece um gap de -9,9%, indicando que a confiança do consumidor ainda não foi plenamente reestabelecida.

A parcela de consumidores que acredita ser um momento negativo para as compras deste tipo de produto atingiu 56,9% em maio. Já a proporção dos consumidores que acreditam ser um momento positivo para essas compras alcançou 31,8%, enquanto 8,4% estão indecisos.



Na comparação com o grupo de renda, o predomínio do nível pessimista, em termos

percentuais, alcança as duas faixas, entretanto, o impacto negativo é mais elevado para as famílias com menor renda. A proporção de famílias com renda até 10 SM que

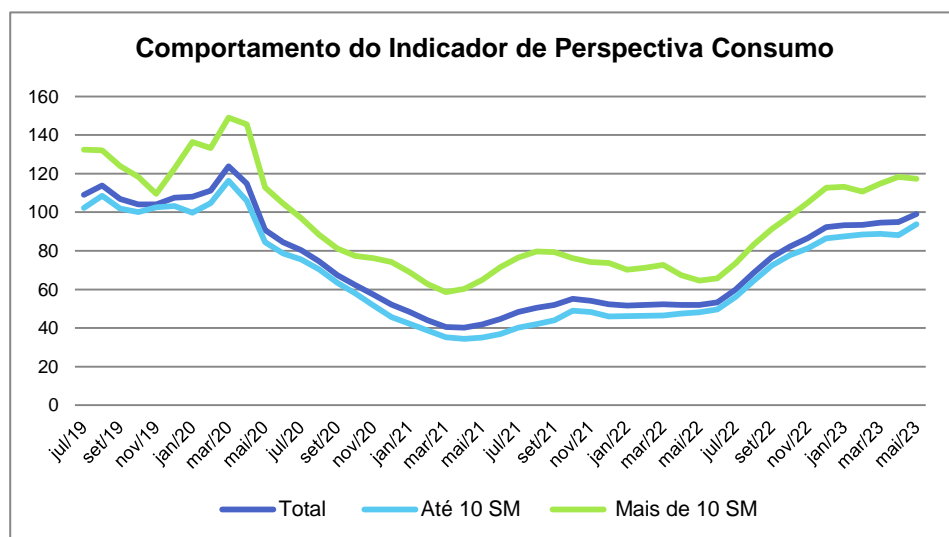


identificam o momento atual como negativo para realizar compras de bens duráveis é de 60,6% e a das famílias com rendimentos acima de 10 salários mínimos é de 44,2%. Ainda pesa, a diferença entre os percentuais dos que vêem o momento como positivo para tais compras: 29,7% e 39,1%, respectivamente.

PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO

A **perspectiva de consumo** aumentou 4,3% na passagem do mês, após ligeiro crescimento de 0,3% no mês anterior, essa é a décima segunda alta consecutiva deste componente. Nos

segmentos por renda, tal sequência não é observada. Na faixa dos rendimentos até 10 SM a variação foi de 6,3% em



maio, frente uma de -0,7% em abril. Já na faixa acima de 10 SM houve variação negativa em maio, -0,9%, depois do avanço de 3,0% em abril.

No comparativo anual, o ritmo da recuperação continua forte, ao crescer 90,8% frente a maio de 2022 e não se trata de um dado isolado. Em 2023, a variação em relação ao mesmo mês do ano anterior apresenta média de crescimento de 83,0%. Tal pujança nos resultados é devida a baixa base de comparação, pois até junho de 2022 o indicador vinha patinando mês a mês, ora aumentando um pouco, ora diminuindo pouco, até que a partir de julho de 2022 deslança e inicia a série atual de crescimento robusto.

Deste modo, as famílias elevaram o nível de confiança sobre o consumo futuro de forma significativa, 47,1 p.p. nos últimos doze meses. Em termos absolutos, o indicador está no limite superior da zona de pessimismo ao atingir os 99,0 pontos e, se mantido o atual ritmo deve ingressar na região de otimismo já no próximo mês. Ainda sim, o índice encontra-se 10,9% abaixo do nível pré-pandemia, fevereiro de 2020.

Não obstante, as expectativas de consumo para os três meses seguintes estão bastante segmentadas e ainda refletem um cenário de certa prudência do consumidor

catarinense. Para 35,3% dos entrevistados a esperança é de que as compras

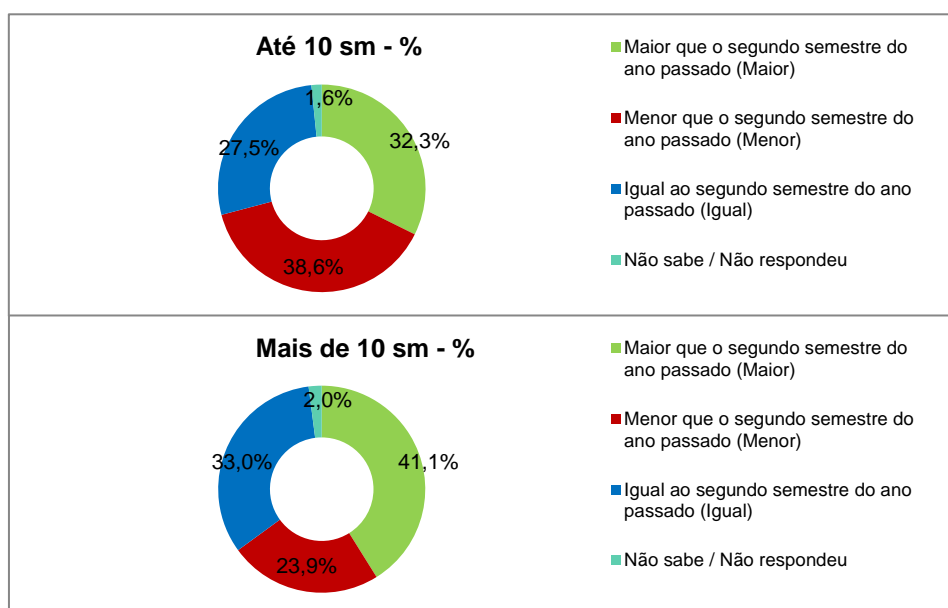
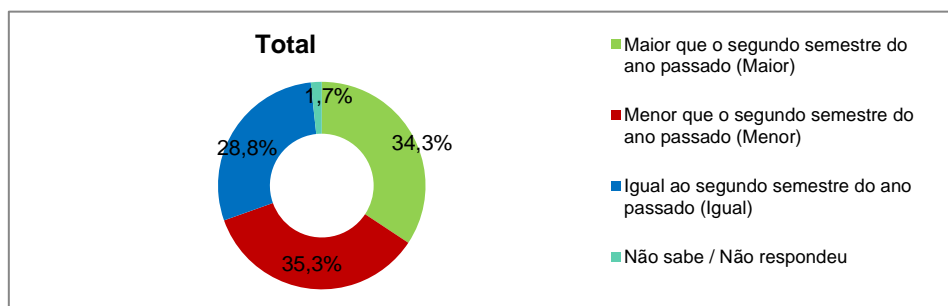
serão menores. Por outro lado, 34,3% acreditam que realizarão compras maiores. Enquanto 28,8% ainda permanecem indecisos quanto a questão.

Com relação às faixas de rendas, as expectativas de consumo também refletem o cenário de certa prudência do consumidor, sobretudo, para o grupo de até 10 SM, no qual 38,6% dos entrevistados afirmam que comprarão menos do que antes, em

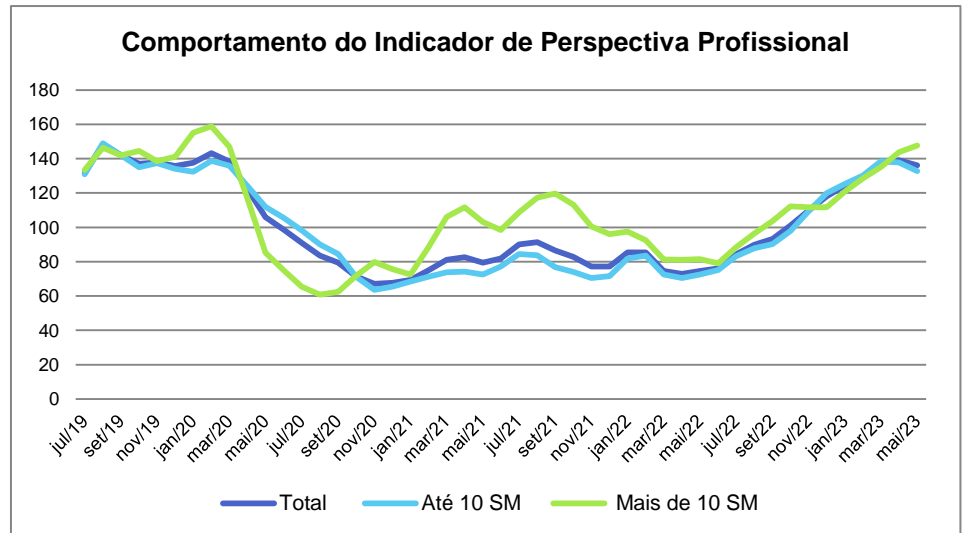
contraste com os 32,3% que comprarão mais e os 27,5% que encontram-se

indecisos. Já para o grupo acima 10 SM, onde 23,9%% das famílias têm previsão de

consumo menor. E, como era de se esperar, predomina-se a expectativa de realizar maiores compras com 41,1% dos entrevistados. Entretanto, deve-se ressaltar o sinal de atenção emitido pelos 33,0% que estão indecisos. Ou seja, cerca de uma a cada três famílias catarinenses de maior nível de renda demonstra que pretende manter o atual nível de consumo.



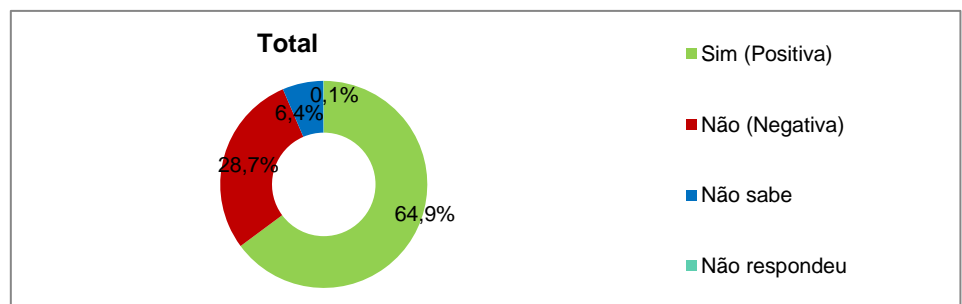
O indicador de **perspectiva profissional** cessou o movimento positivo de doze meses, ao cair -2,1% diante do mês anterior. Com o resultado, a variação mensal média do ano de 2023 até o mês de maio é de 3,0%. Assim, o índice permanece inferior ao período pré-crise em 4,9%. A taxa negativa também foi apresentada no



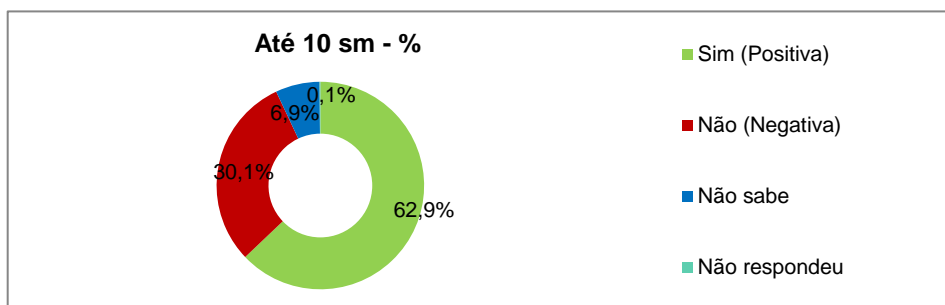
indicador do grupo das famílias com até 10 SM, -3,6%, pelo segundo mês consecutivo. Mas, entre as mais abastadas, o índice apresentou crescimento de 2,8%, sendo a variação positiva seguida.

No comparativo anual, o índice aumentou 82,6% frente ao resultado de maio de 2022. Este é a nona variação positiva consecutiva deste indicativo e a expressiva magnitude decorre da aceleração no ritmo de recuperação do índice a partir de julho de 2022. Em termos absolutos, o indicador da perspectiva profissional permanece em nível de otimismo pelo oitavo mês, ao situar-se nos 136,2 pontos, posição de moderado otimismo.

A maior parcela das famílias (64,9%) demonstrou uma perspectiva profissional positiva em maio. Por outro lado, são 28,7% com expectativas negativas para os próximos meses. E, apenas, 6,4% encontram-se indecisos quanto ao tema.

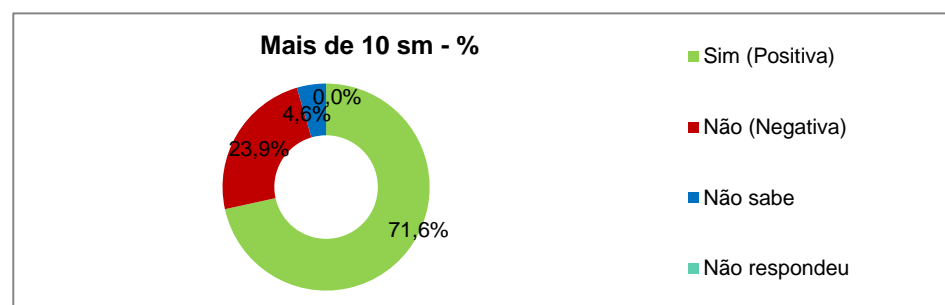


Em relação às faixas de renda, a perspectiva profissional das famílias segue o padrão consolidado. Entre as famílias com renda de até 10 SM 62,9% estão com expectativas



positivas, enquanto 30,1% não estão confiantes. Restando apenas 7,0% de indecisos. Tal composição ainda reforça a pontuação moderada que o indicador para este grupo de famílias obteve em maio (132,8 pontos).

Em relação à faixa de renda acima de 10 SM, o movimento segue a mesma direção, mas em maior intensidade. 71,6% declararam perspectivas profissionais



positivas, enquanto 23,9% possuem expectativas negativas. Somente 4,6% dos entrevistados deste segmento é que se encontram indecisos. O que também reforça a posição de otimismo moderado do indicador (147,7 pontos).

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.