

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

ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC
Agosto 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	16
METODOLOGIA.....	20

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Intenção de Consumo das Famílias Catarinenses (ICF) segue em contínuo crescimento pelo décimo sétimo mês consecutivo ao apresentar alta de 2,1% em agosto. Assim, o índice manteve-se na região de otimismo com 105,0 pontos, nível próximo ao limiar da zona de otimismo.

Embora a sequência de alta seja bastante longa, a velocidade de recuperação do índice é gradativa. Isso sugere que o consumidor tem observado certa melhora em sua condição, mas ainda não se sente totalmente seguro para realizar as compras desejadas. Por isso, a evolução do ICF permanece robusta em relação ao período mais recente, enquanto, persiste hiato frente ao período resultados pré-pandemia. Deste modo a satisfação das famílias em agosto de 2023 está 67,8% acima da registrada em agosto de 2022, e -6,3% inferior da de fevereiro de 2020.

O resultado positivo do mês foi observado em cinco dos sete componentes do ICF. Apenas o acesso ao crédito e a perspectiva profissional que se reduziram na passagem do mês. Com 103,0 pontos, o acesso ao crédito regrediu -0,8% em agosto, nesta que é a quarta queda consecutiva do indicador. Já o índice da perspectiva profissional caiu -3,2% no mês a mês e atingiu os 135,4 pontos, na região de otimismo moderado. No entanto, frente ao resultado de agosto de 2022, ambos os componentes apresentam crescimento de 46,2% e de 50,7%, enquanto na comparação com fevereiro de 2020 as quedas são de -6,3% e de -5,5%, respectivamente.

No campo positivo, o nível de consumo atual destaca-se novamente com crescimento de 9,5% na passagem do mês e de 307,3% na comparação com agosto de 2022. Todavia, ainda que pese o fato desta ser a décima oitava variação positiva no mês a mês, o indicador permanece como o componente

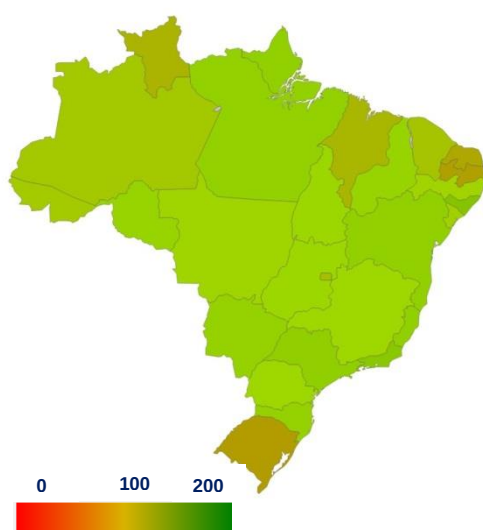
mais impactado pela crise, com perdas de -32,2% frente a fevereiro de 2020. E, em termos absolutos, o componente encontra-se no nível dos 62,5 pontos.

Intenção de Consumo das famílias catarinenses avança em agosto

O indicador cravou os 105,0 pontos numa escala de 0 a 200

Santa Catarina							
Indicadores	fev/20	ago/22	jul/23	ago/23	Variação mensal	Variação anual Igual período	Variação fev/20 (pré-pandemia)
Emprego Atual	123,5	67,8	115,9	122,3	5,5%	80,3%	-1,0%
Perspectiva Profissional	143,2	89,8	139,9	135,4	-3,2%	50,7%	-5,5%
Renda Atual	121,3	84,3	130,2	132,1	1,4%	56,7%	8,9%
Acesso ao Crédito	110,0	70,5	103,9	103,0	-0,8%	46,2%	-6,3%
Nível de Consumo Atual	92,2	15,3	57,1	62,5	9,5%	307,3%	-32,2%
Perspectiva de consumo	111,1	68,6	99,0	99,2	0,2%	44,6%	-10,7%
Momento para duráveis	83,2	41,7	74,1	80,7	9,0%	93,8%	-3,0%
ICF	112,1	62,6	102,9	105,0	2,1%	67,8%	-6,3%

ICF por Estado – Agosto de 2023

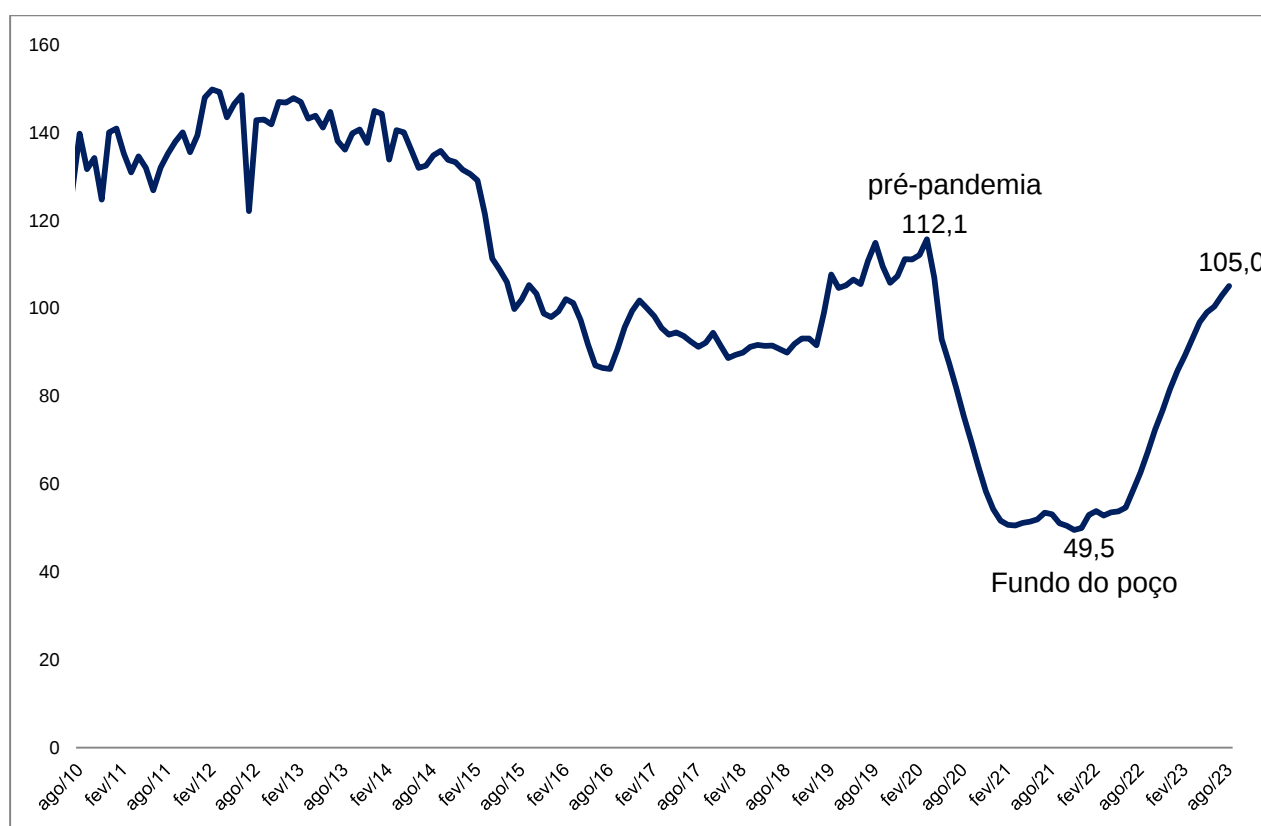


A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) catarinenses permanece se recuperando ao crescer 2,1% em agosto. O ritmo desacelerou 0,3 p.p. na passagem do mês, quando a alta tinha sido de 2,4%. Assim a variação de agosto é a segunda menor do ano, maior apenas do que a de junho (1,4%). E com isso, a média de crescimento mensal do ICF em 2023 é de 3,2%.

Em termos absolutos, o ICF catarinense é o oitavo maior entre as Unidades da Federação e mantém-se no primeiro decil da zona de otimismo com os 105,0 pontos de agosto. No topo do ranking figuram: Alagoas (115,9), Rio de Janeiro (112,5) e São Paulo (107,5). Já no consolidado para o Brasil, a Intenção de Consumo das Famílias em agosto atingiu os 101,1 pontos, o maior patamar desde abril de 2015.

A trajetória de recuperação ininterrupta da intenção de consumo das famílias catarinenses, desde março de 2022, finalmente levou o índice a nível otimista no mês de junho (100,4 pontos) e a manutenção do crescimento o mantém na região de otimismo em agosto (105,0 pontos). Com esse resultado, o ciclo de recuperação do ICF estabelece-se em uma nova fase, a de expansão do otimismo do consumidor catarinense.

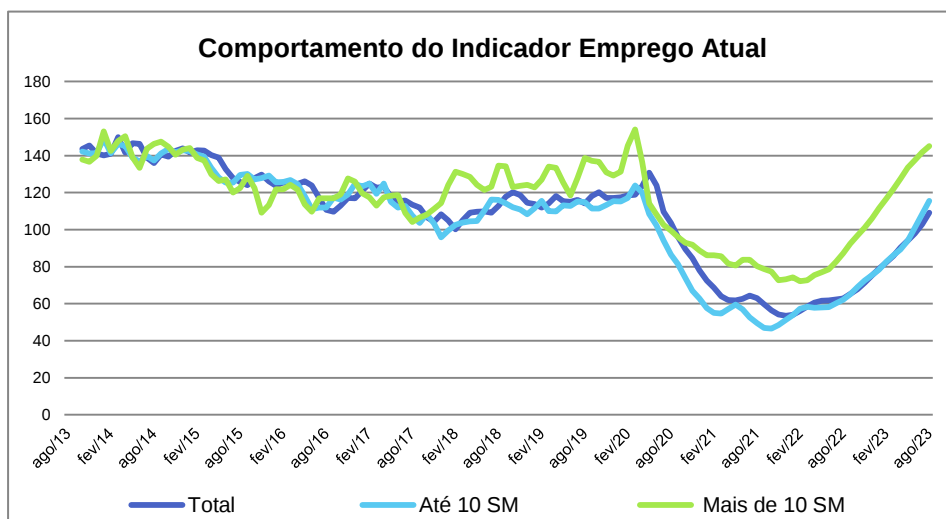
Intenção de Consumo das Famílias (ICF) - SC



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

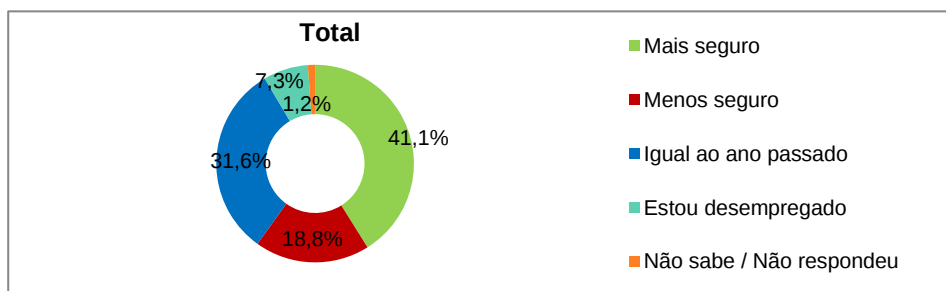
A expectativa das famílias para o **Emprego Atual** mantém trajetória de crescimento pelo vigésimo segundo mês consecutivo com variação mensal de 5,5% diante de julho. Desde outubro de 2021, quando atingiu o menor



patamar da série em termos absolutos (53,4 pontos), o índice apresenta sucessivos resultados positivos, sendo a taxa média de crescimento no ano de 2023 de 5,1%. Por conta dessa sequência de crescimento, frente ao resultado de julho de 2022, o indicador aumentou 80,3%.

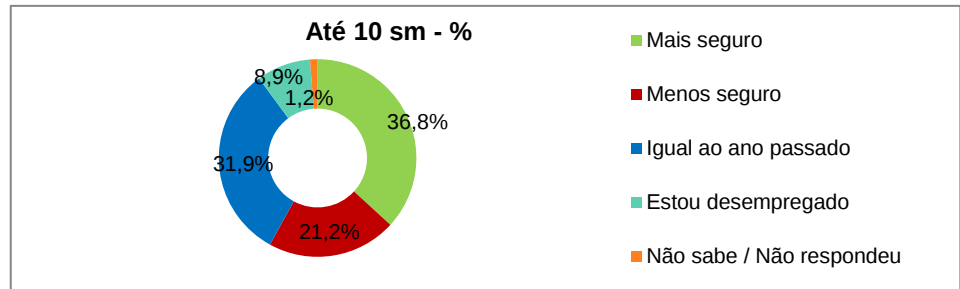
Vale lembrar que em maio de 2023, findou-se a série de 34 meses em que o indicador de emprego atual esteve em patamar negativo, o maior intervalo com perspectivas negativas deste componente desde o início da pesquisa. Agora, em agosto, ele se consolida na zona de otimismo com 122,3 pontos, porém, ainda se encontra 1,0% abaixo do nível pré-crise.

O crescimento gradual do indicador por um longo período tem refletido diretamente na sensação de segurança do emprego atual por parte das famílias.



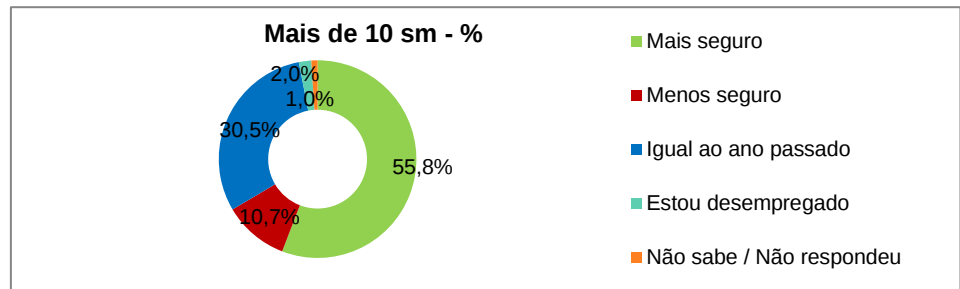
Em termos totais, 41,1% dos entrevistados declararam maior sensação de segurança, elevação de 3,7 p.p. na passagem do mês. 31,6% sentem-se iguais ao ano passado e 18,8% afirmaram que estão menos seguros.

O avanço da sensação de melhora também é observada entre as famílias menos abastadas com a alta de 4,1 p.p. Assim, 36,8% estão mais seguras no



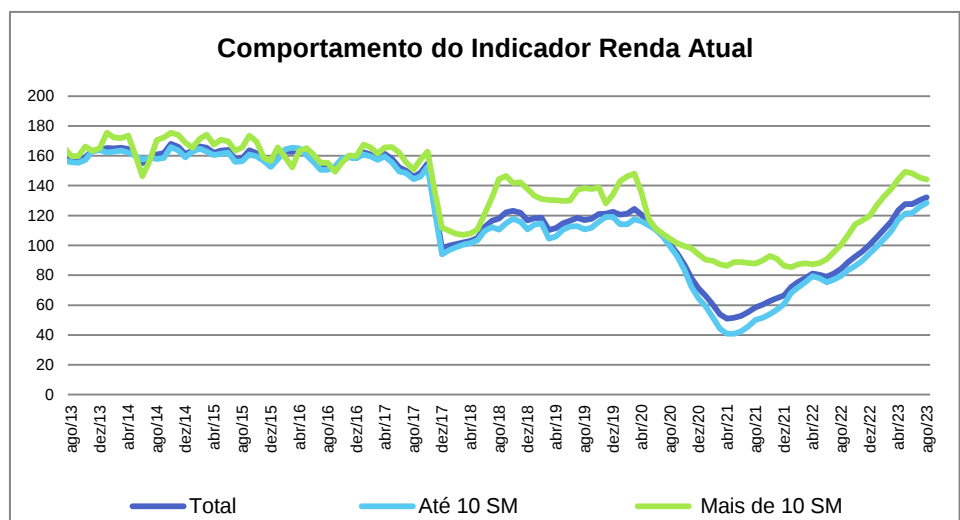
emprego atual, enquanto, 31,9% sentem-se iguais ao ano passado e 21,2% afirmam que se sentem menos seguras.

Entre as famílias com renda superior a 10 SM predomina os 55,8% que se sentem mais seguros, contrastando, 10,7% que estão menos seguros.



Ademais, 30,5% sentem-se iguais ao ano passado. O que pode ser um indício de que o mercado continua mais aquecido para profissionais com maiores remunerações.

O indicador da **Renda Atual** reduziu a sua velocidade de crescimento em agosto, ao subir 1,4%, frente aos 2,1% de julho. O componente tem variação não negativa a quatorze meses seguidos. Mas, quando o índice é

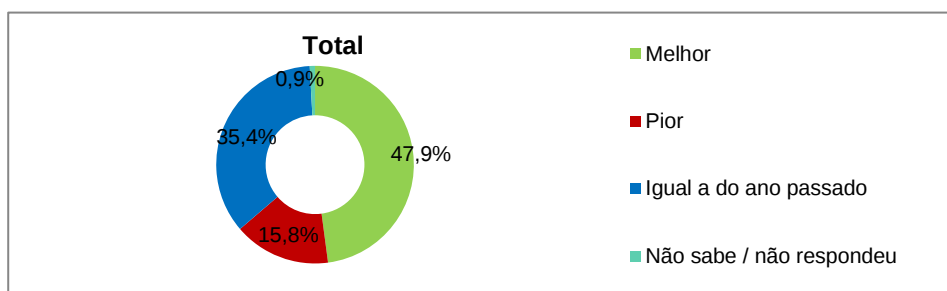


desmembrado em faixas de renda, os resultados divergem. Há uma alta de 2,2% entre as famílias com renda até 10 SM e um recuo de -0,9% para as famílias mais ricas, a terceira queda consecutiva.

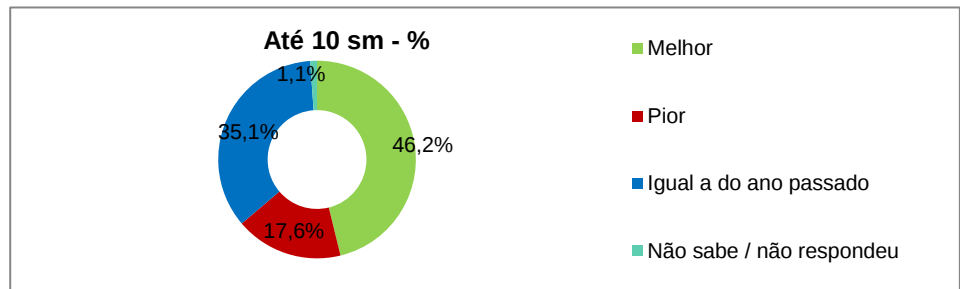
Assim, o indicador da renda atual consolidado está na região otimista desde dezembro de 2022 (100,3 pontos) e avançou para os 132,1 pontos em agosto. Para as famílias com renda até 10 SM, o retorno a zona de otimismo deu-se em fevereiro de 2023 (104,1 pontos) e o índice está firme na região com os 128,6 pontos. Já entre as famílias mais abastadas, embora o retorno tenha ocorrido em agosto de 2022 (100,5 pontos), em agosto, houve a terceira queda consecutiva do índice levando o a um recuo para o nível dos 144,2 pontos.

O desempenho do indicador de renda atual consolidado também se destaca na comparação anual e com o período pré-pandemia. Frente ao resultado de agosto de 2022 (84,3 pontos), o de agora é 56,7% 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, 8,9%.

Ao analisar as respostas dos entrevistados, observa-se o predomínio dos que indicam estar com renda melhor do que a do ano passado (47,9%). O grupo dos que afirmam estar com renda igual a do ano passado soma 35,4%, e 17,3% declararam-se com renda inferior a do ano passado, um declínio de 1,8 p.p. frente a julho.

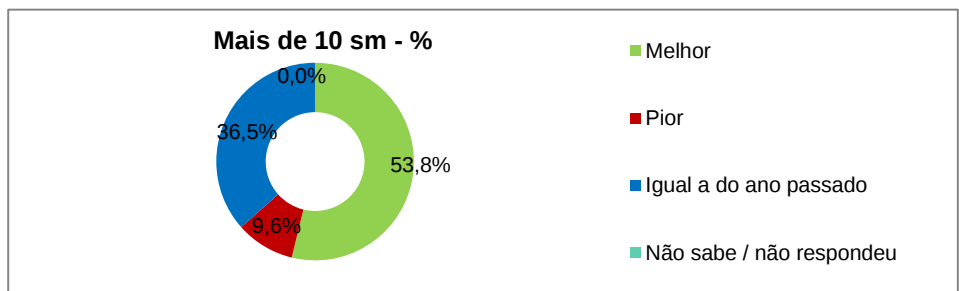


Ao analisar as faixas de renda, o impacto é semelhante nas famílias com renda até 10 SM. 46,2% afirmam ter renda melhor do que no ano anterior. 35,1%



declaram que estão com renda igual a do ano passado e 17,6% revelam que a renda atual é menor do que a de 2022.

Entre as famílias com rendimentos acima de 10 SM predomina a sensação de melhora nos rendimentos com 53,8% sinalizando que a renda atual está maior. No

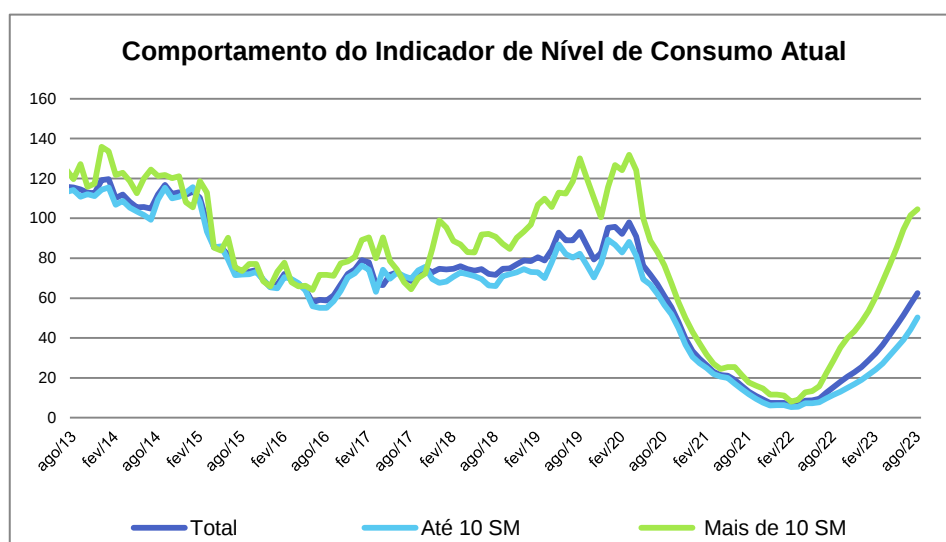


entanto, há ligeira queda de 0,7 p.p. nesse percentual, em julho o recuo tinha sido de 0,8 p.p. Na sequência, são 36,5% afirmando que estão em igual situação de 2022. E no mais, 9,6% declararam que o nível de renda está pior do que no ano anterior, uma alta de 0,5 p.p. frente ao resultado de julho.

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). Em agosto de 2023, o ritmo de



crescimento deste indicador mantém-se forte, ao avançar 9,5% diante do mês anterior, a maior taxa dentre os componentes do ICF. Entre as faixas de rendimentos o crescimento também é robusto, 13,8% em até 10 SM e 3,0% em mais de 10 SM.

Em 2023, a média de crescimento deste componente é de 11,9%. Tal movimento dura dezoito meses e permitiu a recuperação de 56,1 p.p., levando o índice aos 62,5 pontos. Todavia, o ritmo gradativo ainda não foi suficiente para tirar o indicador da zona de pessimismo e o mantém na posição de índice mais impactado do ICF. Em tempo, a última vez que o nível de consumo atual esteve acima dos 100 pontos foi em fevereiro de 2015 (110,3 pontos) e, portanto, a taxa já estava em patamares negativos antes da pandemia, em consequência da crise de 2015/2016. Porém, o ciclo atual é mais crítico pois levou às mínimas históricas da série.

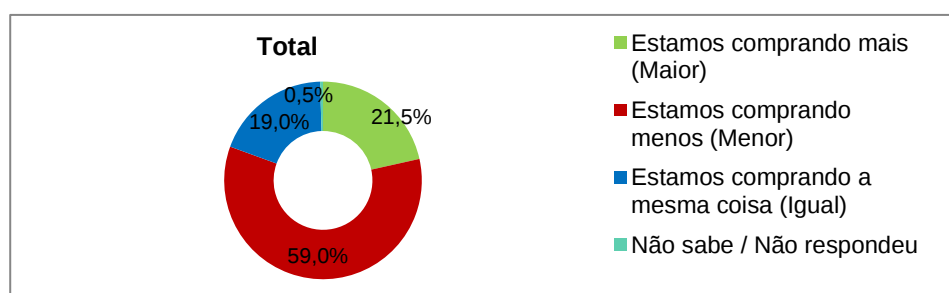
O indicador do nível atual de consumo segmentado pela renda revela a disparidade do efeito renda sobre a decisão de consumo atual, pois há, claramente, dois comportamentos distintos. Um entre as famílias mais ricas, no

qual o índice finalmente rompeu a barreira dos 100 pontos em julho, algo que não ocorria desde abril de 2020 (124,1 pontos), e manteve-se na região de otimismo ao registrar os 104,6 pontos em agosto. E outro, entre as famílias menos abastadas, no qual o índice segue na região de pessimismo pelo centésimo segundo mês consecutivo com 50,2 pontos. A última vez que o indicador de consumo atual das famílias com renda até 10 SM esteve na zona otimista foi em fevereiro de 2015 (107,9 pontos).

Na comparação com igual período do ano passado, o indicador também apresentou a maior variação dentre os componente do ICF ao crescer 307,3%. Tal desempenho é, em boa medida, em razão dos baixíssimos valores registrados doze meses atrás, o que impulsiona bastante os cálculos. Entretanto, em relação ao período pré-pandemia a situação é contrária porque ainda há um hiato de -32,2%.

A deterioração do consumo atual também dá sinais de recuo gradativo nas

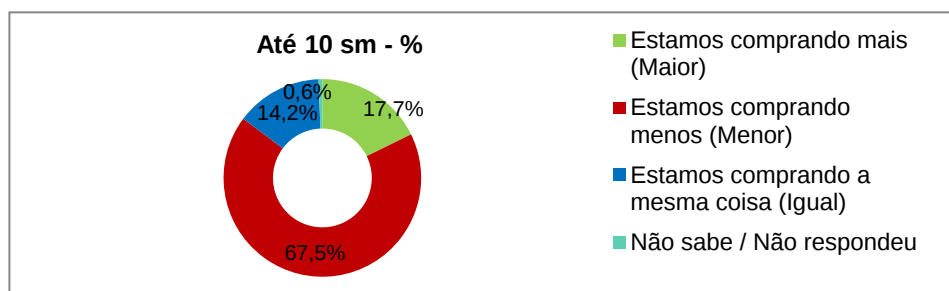
respostas dos consumidores. A pesquisa aponta que, em agosto, 59,0% dos



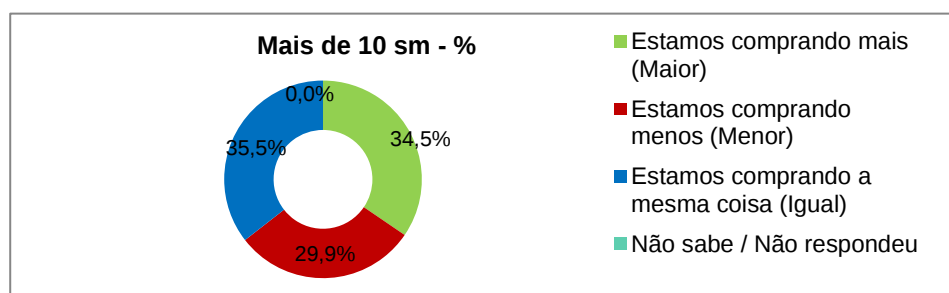
consumidores estão comprando menos do que antes, uma redução de 3,9 p.p. frente ao resultado de julho. No mais, 21,5% afirmam que estão comprando quantidades maiores, um aumento de 1,5 p.p., enquanto, 19,0% enxergam que possuem mesmo padrão de consumo do ano passado.

Com relação às faixas de renda, o movimento de recuperação do consumo é visualizado em ambas as faixas, embora, seja mais acentuada entre as famílias ricas. Tal comportamento é perfeitamente plausível e os economistas gostam de nomear este fenômeno por “efeito renda”. Assim, o efeito renda tem atuado da forma esperada sobre o consumo das famílias catarinenses, impulsionando os gastos.

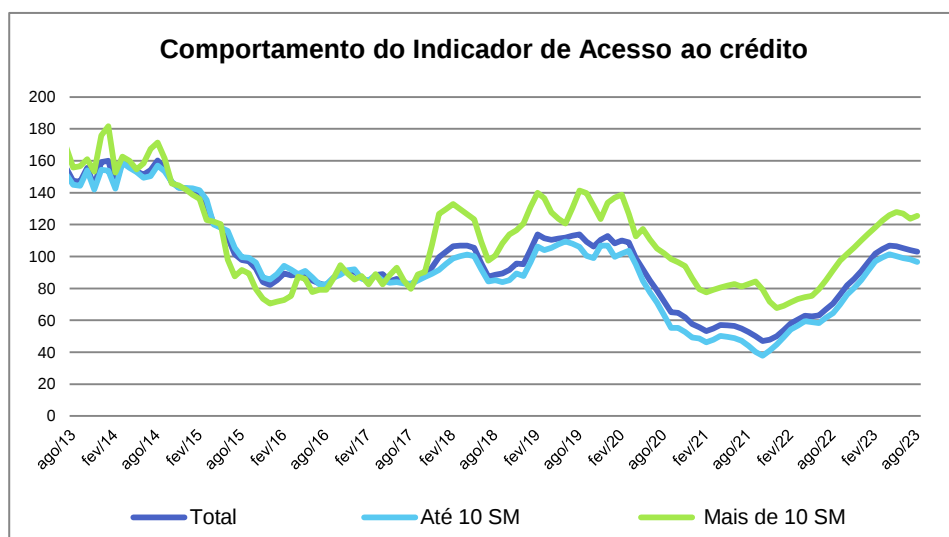
Nas famílias com renda até 10 SM predomina a sensação de que o consumo atual é menor do que o passado (67,5%). No entanto, ainda que pese tal porcentagem, ela é 4,0 p.p. inferior a de julho. Além disso, o percentual dos que experimentam um avanço nas compras aumentou 2,0 p.p. e agora são 17,7%. E, 14,2% mantem o padrão de consumo do ano passado.



Nas famílias com renda acima de 10 SM a situação é diferente. Há uma forte segmentação entre as três opções com uma leve primazia dos que estão consumindo o mesmo nível do que no ano passado, 35,5%, 3,7 p.p. acima de julho. Em seguida, os 34,5% que relataram estar comprando mais do que compravam no ano passado formam um grupo que encolheu 0,3 p.p. na passagem do mês. Enquanto os que estão comprando menos são 29,9%, reduziu-se 3,4 p.p.



O componente de **Acesso ao Crédito** recuou pelo quarto mês seguido ao apresentar variação de -0,8% diante de julho. As variações negativas em sequência podem ser reflexo de uma consequência

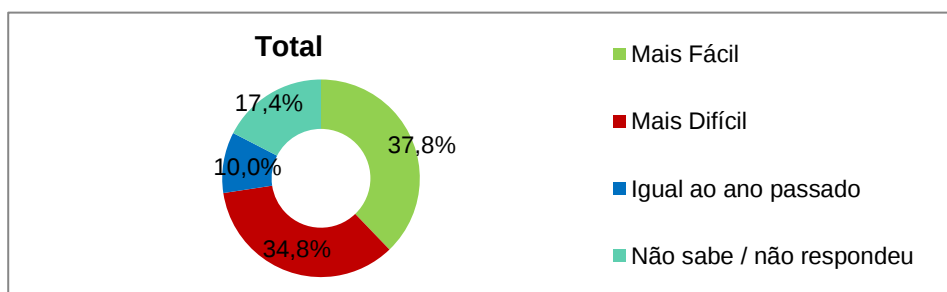


direta do atual elevado custo do crédito no País. O qual muitas vezes acaba sendo proibitivo para os consumidores concretizarem a aquisição de bens/serviços de mais alto valor agregado. Nesta toada, a análise por faixa de rendimentos corrobora esta hipótese para a faixa de menor rendimento, na qual houve contração de -1,6%, levando o indicador aos 96,6 pontos. Enquanto, para as famílias com renda mensal acima de 10 SM houve avanço de 1,3%, sustentando o índice nos 125,4 pontos. Movimentos que evidenciam a heterogeneidade do acesso ao crédito em função da renda.

Assim, o indicador consolidado de acesso ao crédito retornou ao nível dos 103,0 pontos em agosto, continuando a margear o ponto de corte pela zona de otimismo. O patamar é -6,3% inferior ao do período pré-pandemia (110,0 pontos, em fevereiro de 2020) e indica que o consumidor catarinense tem encontrado algum grau de dificuldade na obtenção de crédito e, portanto, na hora de concretizar as compras de maior monta.

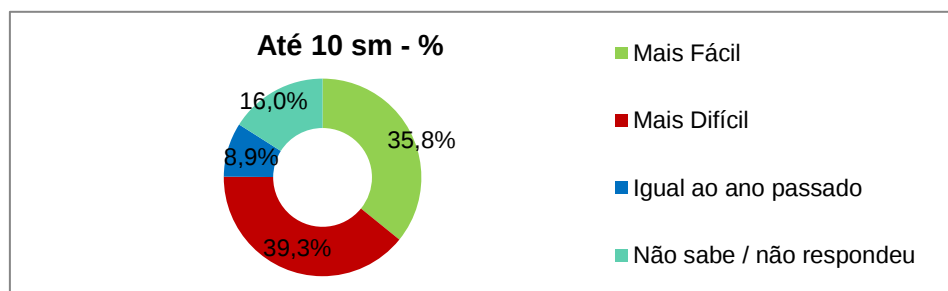
No comparativo anual, o indicador apresentou avanço de 46,2%. Embora expressivo, tal percentual é o menor dos últimos doze meses. O resultado mostra a desaceleração do movimento gradual de recuperação do índice, o qual se iniciou após a mínima histórica em outubro de 2021 (47,1 pontos) e acelerou em meados de 2022, de modo que a base de comparação ficou baixa frente ao resultado de agora.

A análise das respostas revela que a proporção das famílias que acreditam que comprar a prazo está mais difícil atingiu 34,8% dos entrevistados em agosto. Por outro



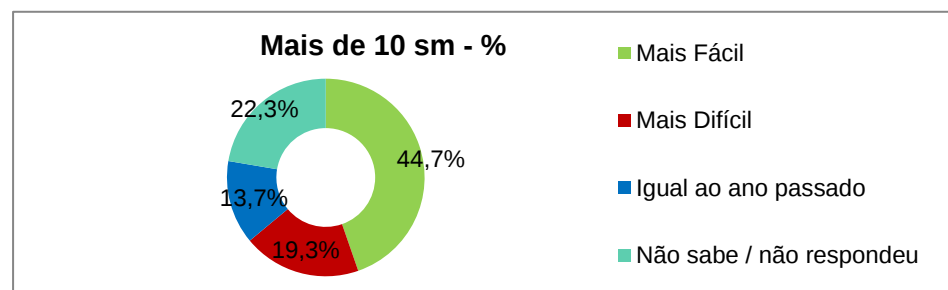
lado, 37,8% acreditam que seja mais fácil o acesso ao crédito, redução de 1,6 p.p. frente ao mês anterior. No mais, 10,0% possuem a mesma percepção do ano passado e 17,4% dos entrevistados estão indecisos quanto ao tema.

Na análise por segmento de renda é notório que há uma significativa diferenciação no acesso ao crédito. Entre as famílias menos abastadas, 35,8% declaram



estar mais fácil o acesso ao crédito, queda de 2,2 p.p. frente ao mês anterior, e 39,3% dizem que está mais difícil, redução de 0,3 p.p. No mais, o percentual de indecisos subiu para 16,0% e o dos que possuem a mesma percepção de 2022 para 8,9%.

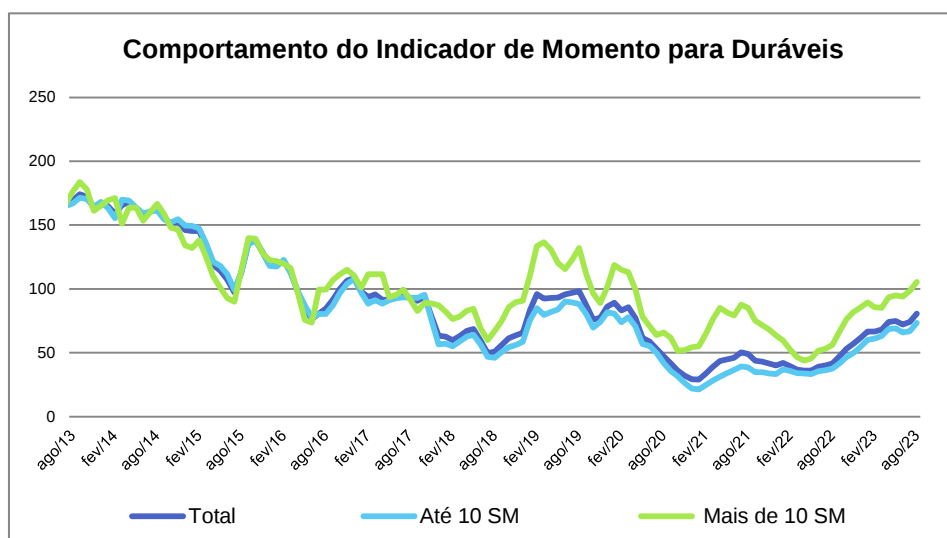
Nas famílias com renda acima de 10 SM, a predominância é de que está mais fácil obter crédito, 44,7%, 0,4 p.p. a mais que em julho. E 19,3% sinalizam que está mais



difícil, queda de 1,4 p.p. Ainda chama atenção o elevado percentual de indecisos que subiu 2,1 p.p. atingindo 22,3%, e a queda de 0,9 p.p. no de que identificam o cenário como igual ao do ano passado (13,7%).

O **momento para duráveis** subiu 9,0% em agosto, acelerando os 2,6% de julho. Na análise das faixas de renda, também há aumento tanto entre as famílias mais ricas, 7,2%, quanto entre as menos abastadas, 9,8%. Importante ressaltar que em agosto, assim como no indicador principal houve aceleração do crescimento em ambas as classes, cujas variações tinham sido de 4,9% e de 1,6% em julho, respectivamente.

Assim, em termos absolutos, o **indicador de momento para duráveis** atingiu os 80,7 pontos em agosto, patamar que não era registrado desde março de 2020. No entanto, o índice ainda é considerado preocupante em termos absolutos.



Além disso, há disparidades na análise entre as faixas de rendimentos. Na classe com renda superior a 10 SM, o índice rompeu a linha dos 100 pontos e encontra-se no nível dos 105,6 pontos, região de fraco otimismo, o que não ocorria desde março de 2020. Já na classe de renda até 10 SM o indicador permanece na zona de pessimismo com 73,5 pontos. Importante lembrar que em termos absolutos, o momento para duráveis consolidado situa-se abaixo dos 100 pontos por oitenta meses consecutivos (desde dezembro de 2016), o que indica a persistência do patamar negativo mesmo antes da pandemia.

Desta forma, no comparativo anual, o índice aumentou 93,8%, décima segunda alta consecutiva. O resultado expressivo é graças ao baixo nível do indicador no ano passado, que nesta mesma época começava a apresentar um crescimento mais robusto. Por outro lado, no comparativo com fevereiro de 2020, ainda permanece um hiato de -3,0%, indicando que a confiança do consumidor ainda não foi plenamente reestabelecida.

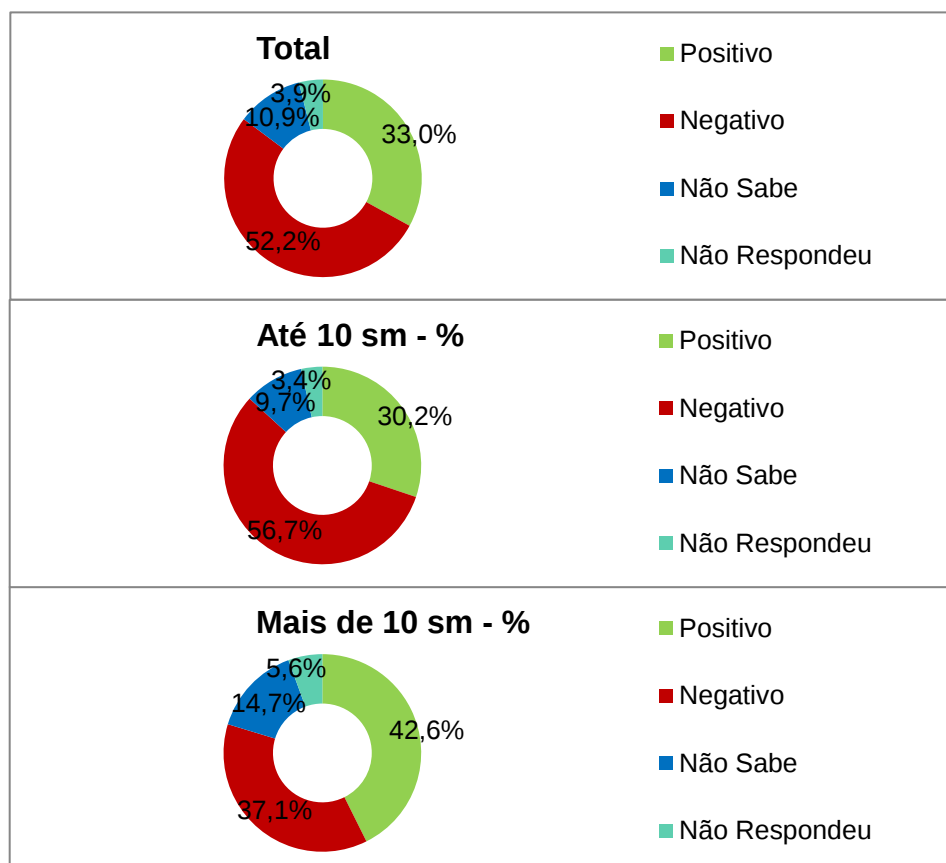
A análise das respostas dos entrevistados indica que a maioria dos consumidores, 52,2%, acredita ser um momento negativo para as compras deste tipo de produto. Todavia, houve diminuição de 2,0 p.p. na passagem do mês neste percentual. Já a proporção dos consumidores que acreditam ser um

momento positivo para essas compras subiu 2,8 p.p. e atingiu os 33,0%, enquanto 14,8% encontram-se indecisos.

A análise entre as faixa de rendas aponta que ambos os grupos moveram-se na mesma direção. O

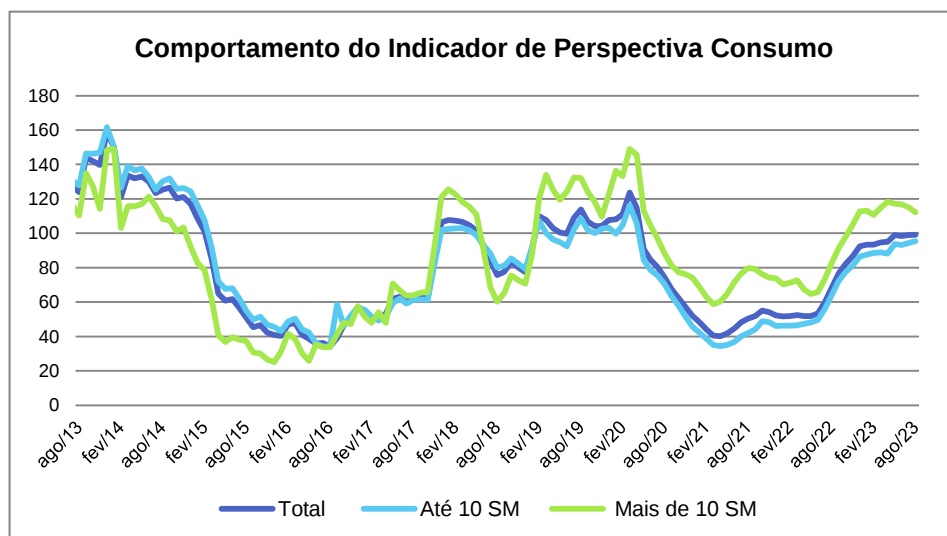
predomínio do nível pessimista, embora alcance as duas classes, é mais notável entre nas famílias com renda até 10 SM (56,7%) do que entre as famílias com renda acima de 10 SM (37,1%). Assim os recuos foram de 2,9 p.p. e 2,2 p.p.,

respectivamente. Em contraste, entre os menos abastados são 30,2% que consideram o momento positivo, enquanto, entre os mais ricos são 42,6% que fazem esta avaliação. O que representa uma elevação, em ordem, de 3,6 p.p. e de 4,8 p.p. Por fim, chama a atenção o peso dos entrevistados indecisos, sobretudo, entre as famílias com maiores rendimentos que foi 20,3%, um crescimento de 2,7 p.p., já entre as de menor extrato de renda são 13,2% de indecisos.



PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO

A perspectiva de consumo aumentou 0,2% na passagem do mês, após subir 0,6% no mês anterior. Entre os segmentos por renda, as variações foram em direções díspares. Na faixa dos rendimentos até 10 SM houve

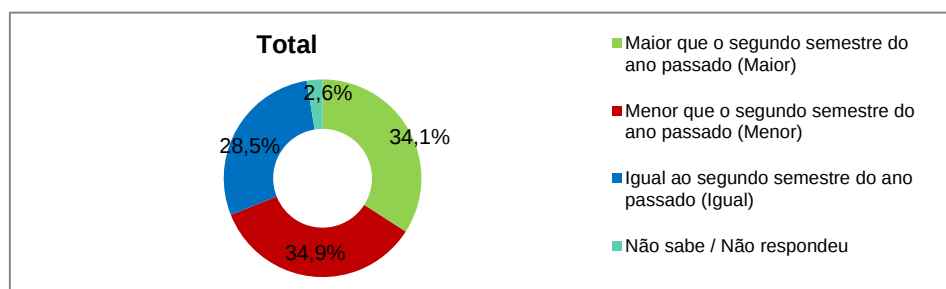


variação positiva de 1,2%, praticamente a mesma de julho (1,3%). Por outro lado, na faixa acima de 10 SM a variação foi negativa, -2,6%, sendo a quinta queda consecutiva no índice dos mais ricos e a de maior magnitude (-2,2% em fevereiro, -0,09% em maio, -0,04% em abril e -1,4% em julho).

No comparativo anual, o ritmo da recuperação continua forte, 44,6% frente a agosto de 2022. Em 2023, a variação em relação ao mesmo mês do ano anterior apresenta média de crescimento de 76,2%. 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 iniciou a série de crescimento robusto que fora interrompida agora. O que certamente impactará essa comparação nos próximos meses do ano.

Deste modo, as famílias elevaram o nível de confiança sobre o consumo futuro de forma significativa, 30,6 p.p. nos últimos doze meses. Em termos absolutos, o indicador permanece no limite superior da zona de pessimismo ao atingir os 99,2 pontos. Não obstante, o índice encontra-se 10,7% abaixo do nível pré-pandemia, fevereiro de 2020 (111,1 pontos).

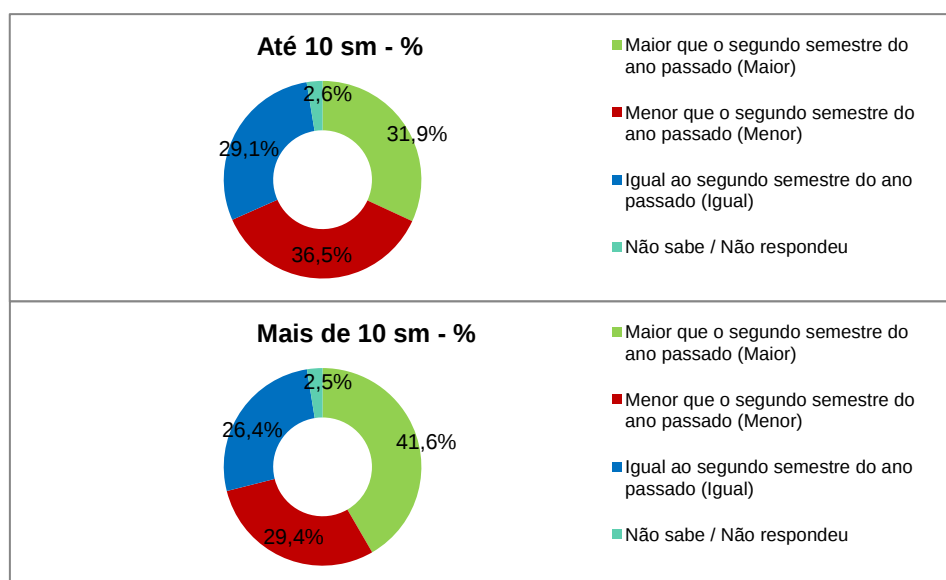
As expectativas de consumo para os três meses seguintes continuam bastante segmentadas e ainda refletem um cenário de certa prudência do



consumidor catarinense. Para 34,9% dos entrevistados a esperança é de que as compras serão menores. Por outro lado, 34,1% acreditam que realizarão compras maiores. Enquanto 31,0% permanecem igual ao ano passado e/ou indecisos quanto a questão. Tais percentuais são muito próximos aos de junho e de julho de 2023, reforçando a ausência de tendência .

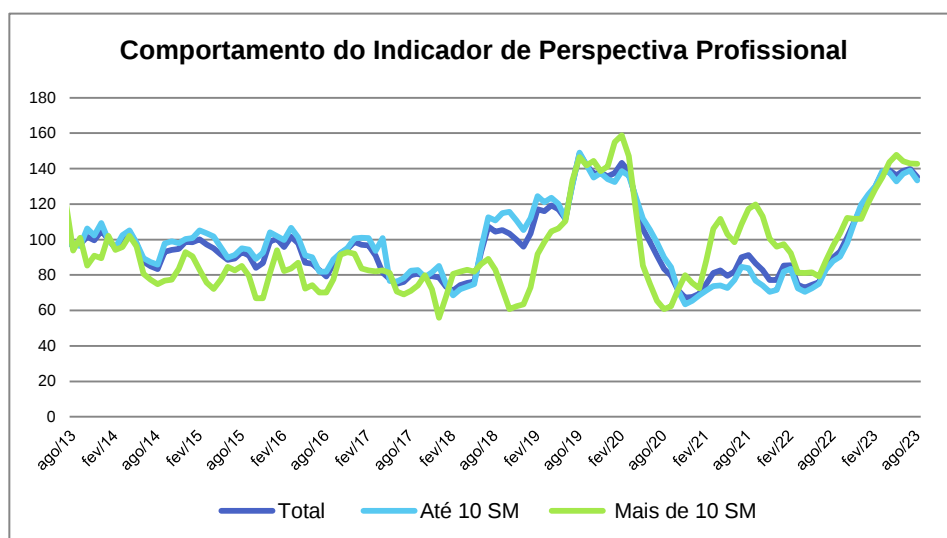
Com relação às faixas de rendas, as expectativas de consumo também refletem o cenário de certa prudência do consumidor, sobretudo, para o grupo de até 10 SM, no qual 36,5% dos entrevistados afirmam que comprarão menos do que antes, em

contraste com os 31,9% que comprarão mais e os 29,1% que encontram-se em situação igual. Já para o grupo acima 10 SM, 29,4% das famílias têm



previsão de consumo menor, um aumento de 0,6 p.p. frente ao mês anterior. Para 41,6% a expectativa é de realizar maiores compras e 26,4% estão em igual posição.

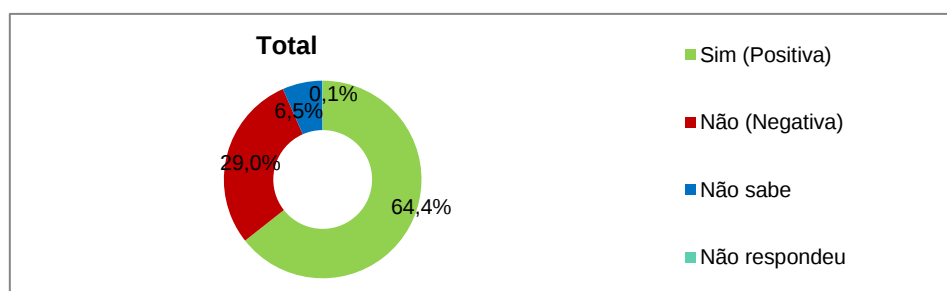
O indicador de **perspectiva profissional** caiu -3,2% diante do mês anterior, após crescer por dois meses seguidos. Com o resultado, a variação mensal média do ano de 2023 até o mês de julho é de 1,8%. O mesmo movimento foi



observado nos indicadores por faixa de rendimentos. No grupo das famílias com renda de até 10 SM, -4,1%. Já entre as mais abastadas, o índice apresentou queda de -0,2%, a terceira variação negativa consecutiva.

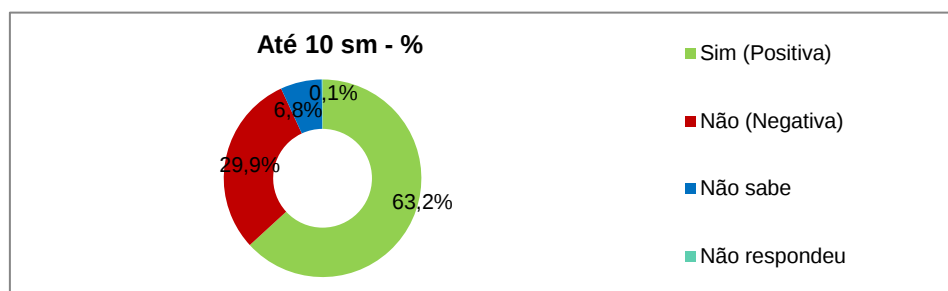
No comparativo anual, o índice aumentou 50,7% frente ao resultado de agosto de 2022. Esta é a décima primeira variação positiva consecutiva deste indicativo e a expressiva magnitude decorre da aceleração no ritmo de recuperação do índice a partir de julho de 2022. Em termos absolutos, o indicador da perspectiva profissional permanece em nível de otimismo pelo décimo primeiro mês, ao situar-se nos 135,4 pontos, posição de moderado otimismo. E assim, o índice permanece inferior ao período pré-crise em -5,5%.

A maior parcela das famílias (64,4%) demonstrou uma perspectiva profissional positiva em agosto, uma queda de 2,2 p.p. Por outro lado,



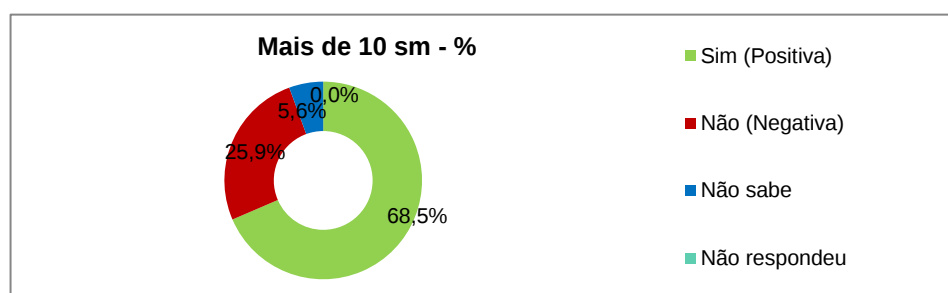
são 29,0% com expectativas negativas para os próximos meses, um aumento de 2,3 p.p. No mais, 6,6% encontram-se indecisos quanto ao tema.

Em relação às faixas de renda, a perspectiva profissional das famílias segue o padrão consolidado. Entre as famílias com renda de até 10 SM 63,2% estão



com expectativas positivas, enquanto 29,9% não estão confiantes. Restando apenas 6,9% de indecisos. Tal composição ainda reforça a pontuação moderada que o indicador para este grupo de famílias obteve em agosto (133,3 pontos).

Na faixa de rendimentos acima de 10 SM, o movimento segue a mesma direção, mas permanece um sinal de alerta. Pelo terceiro mês consecutivo, reduz-se o



percentual de entrevistados que declaram perspectivas profissionais positivas. Em agosto são 68,5%, em julho eram 68,7%, 69,5% em junho e 71,6% em maio, contabilizando uma queda de 3,1 p.p. no quadrimestre. Por outro lado, as expectativas negativas permanecem na casa dos 25% pelo terceiro mês: 25,4% em junho, 25,8% em julho e 25,9% em agosto. E, 5,6% dos entrevistados desta classe encontram-se indecisos. O que em conjunto mostra são números muito próximos ao do mês anterior, reforçando a posição de otimismo moderado do indicador (142,6 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.