

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

**ICF**

Intenção de Consumo das Famílias

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC  
Setembro de 2023

## **SUMÁRIO**

|                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>                                                        | <b>2</b>  |
| <b>MOMENTO ATUAL: EMPREGO E RENDA.....</b>                                            | <b>5</b>  |
| <b>CONDIÇÕES DE CONSUMO: ACESSO AO CRÉDITO, MOMENTO PARA DURÁVEIS E CONSUMO .....</b> | <b>9</b>  |
| <b>PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO .....</b>                                     | <b>16</b> |
| <b>METODOLOGIA.....</b>                                                               | <b>20</b> |

## SUMÁRIO EXECUTIVO

Em setembro, a Intenção de Consumo das Famílias Catarinenses (ICF) permanece em contínuo crescimento pelo décimo oitavo mês consecutivo ao apresentar alta de 3,5%. Assim, o índice mantém-se na região de otimismo com 108,7 pontos e começa a se afastar do limiar da zona de otimismo.

No entanto, ainda que 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, através de um processo muito heterogêneo, de modo que, 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 61,5% acima da registrada em agosto de 2022, e -3,0% da pré-pandmisa.

O resultado positivo do mês foi observado em seis dos sete componentes do ICF. Apenas a perspectiva de consumo que se reduziu na passagem do mês. Com 99,1 pontos, a perspectiva de consumo regrediu -0,1% em setembro, nesta que é a segunda queda do indicador em 2023, a outra fora -0,6% em junho. No entanto, frente ao resultado de setembro de 2022, há crescimento de 29,3%, enquanto na comparação com fevereiro de 2020 uma queda de -10,8%.

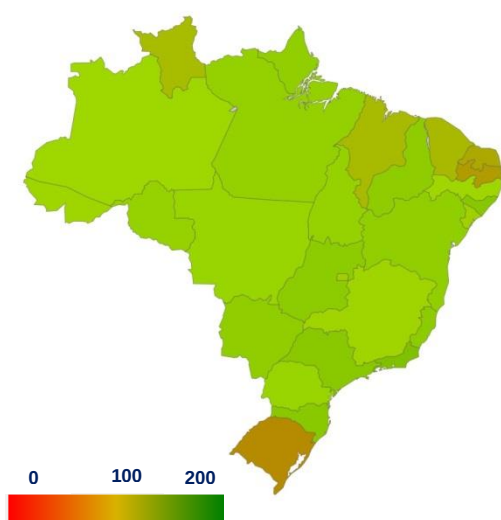
No campo positivo, o nível de consumo atual destaca-se novamente com crescimento de 10,4% na passagem do mês e de 282,2% na comparação com setembro de 2022. Todavia, ainda que pese o fato desta ser a décima nona variação positiva no mês a mês, o indicador permanece como o componente mais impactado pela crise, com perdas de -25,2% frente a fevereiro de 2020. E, em termos absolutos, o componente encontra-se no nível dos 69,0 pontos.

## Intenção de Consumo das famílias catarinenses avança em setembro

*O indicador alcançou os 108,7 pontos numa escala de 0 a 200*

| Santa Catarina           |              |             |              |              |                 |                              |                                |
|--------------------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-----------------|------------------------------|--------------------------------|
| Indicadores              | fev/20       | set/22      | ago/23       | set/23       | Variação mensal | Variação anual Igual período | Variação fev/20 (pré-pandemia) |
| Emprego Atual            | 123,5        | 71,3        | 122,3        | 127,5        | 4,3%            | 78,9%                        | 3,2%                           |
| Perspectiva Profissional | 143,2        | 93,3        | 135,4        | 136,8        | 1,1%            | 46,7%                        | -4,4%                          |
| Renda Atual              | 121,3        | 88,8        | 132,1        | 135,0        | 2,2%            | 52,0%                        | 11,3%                          |
| Acesso ao Crédito        | 110,0        | 76,0        | 103,0        | 108,0        | 4,8%            | 42,0%                        | -1,9%                          |
| Nível de Consumo Atual   | 92,2         | 18,0        | 62,5         | 69,0         | 10,4%           | 282,2%                       | -25,2%                         |
| Perspectiva de consumo   | 111,1        | 76,7        | 99,2         | 99,1         | -0,1%           | 29,3%                        | -10,8%                         |
| Momento para duráveis    | 83,2         | 47,1        | 80,7         | 85,7         | 6,1%            | 81,9%                        | 3,0%                           |
| <b>ICF</b>               | <b>112,1</b> | <b>67,3</b> | <b>105,0</b> | <b>108,7</b> | <b>3,5%</b>     | <b>61,5%</b>                 | <b>-3,0%</b>                   |

ICF por Estado – Setembro de 2023



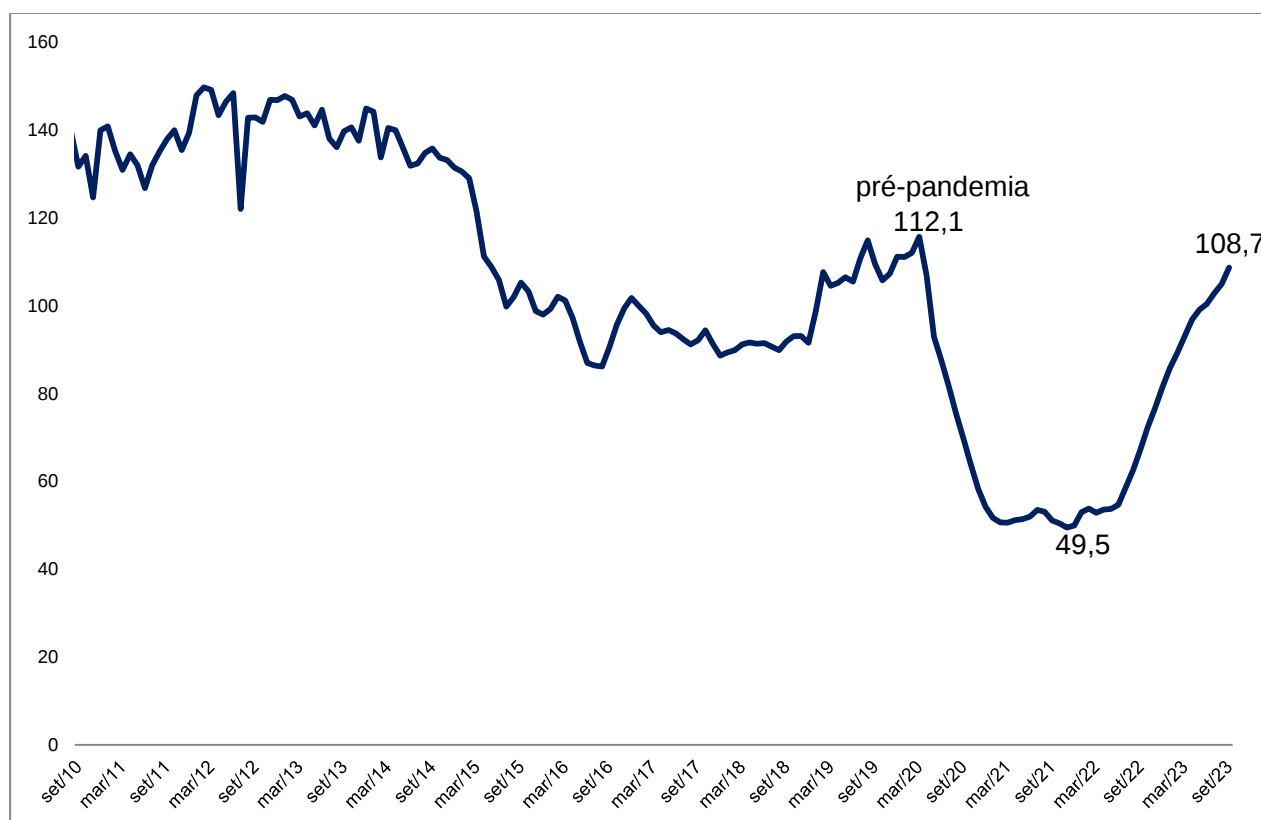
A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) catarinenses permanece se recuperando ao crescer 3,5% em setembro. O ritmo acelerou 1,4 p.p. na passagem do mês, quando a alta tinha sido de 2,1%. Assim a variação de setembro é a maior desde abril (4,0%). E com isso, a média de crescimento mensal do ICF em 2023 é de 3,3%.

Em termos absolutos, o ICF catarinense é o quinto maior entre as Unidades da Federação e mantém-se no primeiro decil da zona de otimismo com os 108,7 pontos. No topo do ranking figuram: Rio de Janeiro (118,9), Alagoas (114,0) e São Paulo (112,4). Já no consolidado para o Brasil, a Intenção de Consumo das Famílias em agosto atingiu os 102,6 pontos, o maior patamar desde 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 de 2023 (100,4 pontos) e a manutenção do crescimento o mantém na região de otimismo em setembro (108,7 pontos). Com

esse resultado, o ciclo de recuperação do ICF estabelece-se em uma nova fase, a de expansão do otimismo do consumidor catarinense.

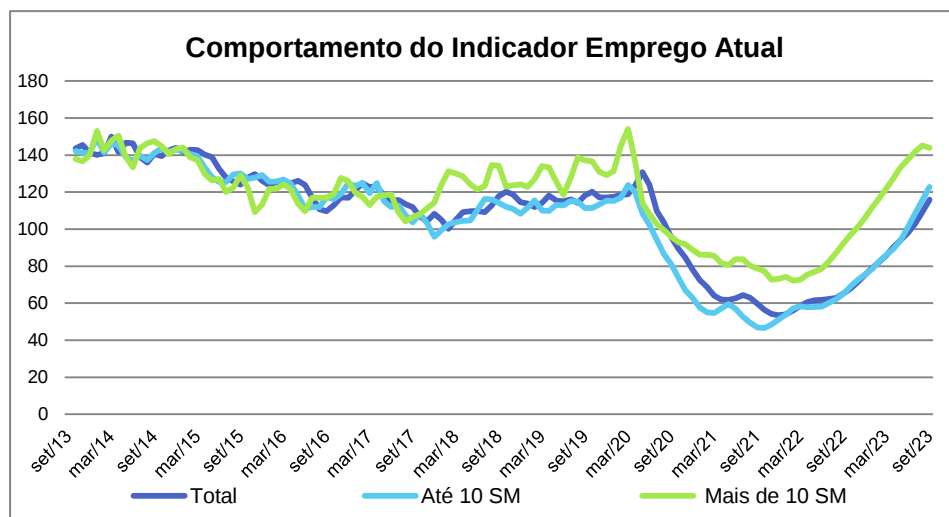
### Intenção de Consumo das Famílias (ICF) - SC



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 terceiro mês consecutivo com variação mensal de 4,3%. Desde outubro de 2021, quando atingiu o menor patamar da série



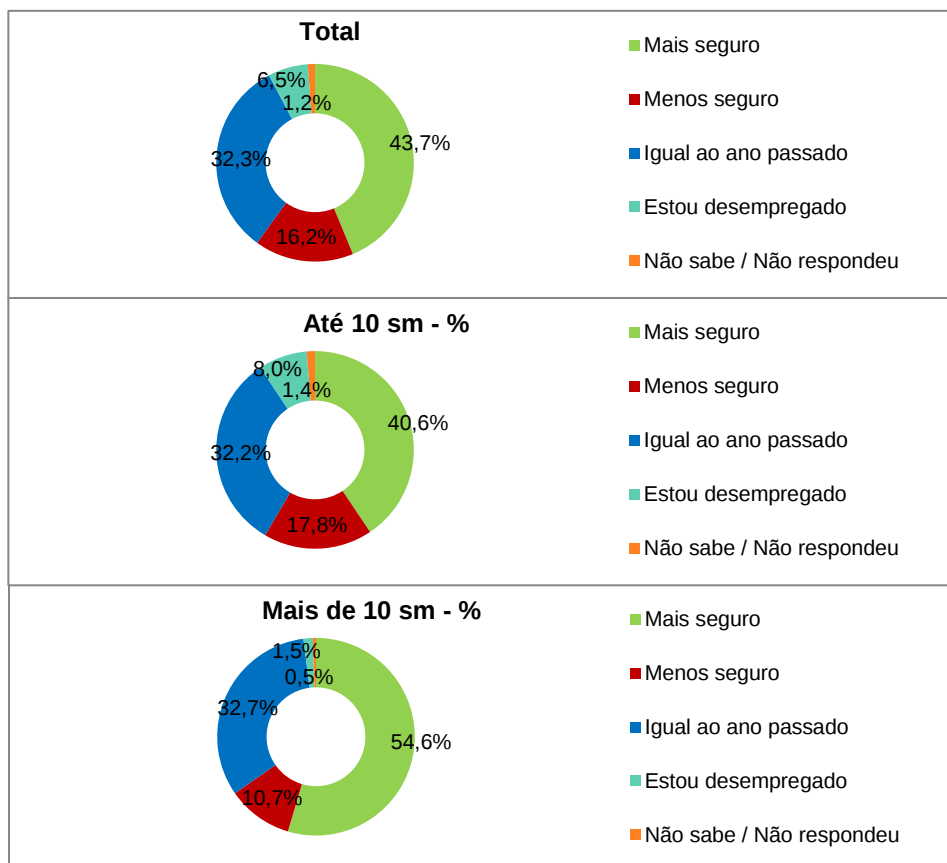
em termos absolutos (53,4 pontos), o índice apresenta sucessivos resultados positivos, sendo a taxa média de crescimento no ano de 2023 de 5,0%. Por conta disso o indicador aumentou 78,9% frente ao resultado de julho de 2022, alcançando o nível dos 127,5 pontos em setembro de 2023, consolidando-se na zona de otimismo, e superando em 3,2% o nível pré-pandemia.

O crescimento gradual do emprego atual por um longo período foi refletido em ambas as faixas de rendas entre maio de 2022 e agosto de 2023. Agora, em setembro de 2023, o indicador para rendimentos até 10 SM, continuou a crescer (6,15%) e atingiu os 122,8 pontos, enquanto, o de rendimentos acima de 10 SM contraiu-se -0,90% e voltou para os 143,9 pontos.

Tal movimento têm-se refletido diretamente na sensação de segurança do emprego atual por parte das famílias. Em termos totais, 43,7% dos entrevistados declararam maior sensação de segurança, elevação de 2,6 p.p. na passagem do mês. 32,3% sentem-se iguais ao ano passado e 16,2% afirmaram que estão menos seguros.

Na análise por segmentação da renda, continua-se a observar um avanço da sensação de melhora entre as famílias menos abastadas. No grupo de famílias que se sentem mais seguras houve alta de 3,8 p.p na passagem do

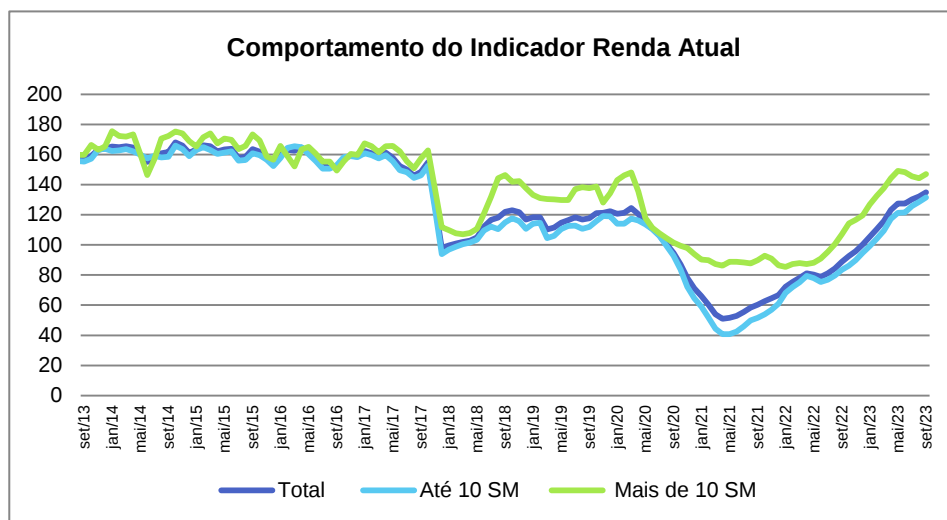
mês, contabilizando assim o percentual de 40,6%. Na mesma direção, 32,2% sentem-se iguais ao ano passado, um ligeiro crescimento de 0,3 p.p. Em contraste, 17,8% afirmam que se sentem menos seguras, queda de 3,4 p.p. Já entre as famílias com renda superior a 10 SM houve um pequeno declínio de 0,8 p.p no percentual dos que se sentem mais seguros passando para 54,6%. O movimento foi



contrabalanceado pela expansão de 2,2 p.p. no grupo dos que se sentem iguais ao ano passado. No mais, permanece em 10,7% o percentual dos que se sentem menos seguros. Essa deterioração marginal do indicador de emprego atual pode ser um indício de que os entrevistados com maiores níveis de rendimentos começam a sentir a desaceleração que ocorreu em grande parte do ano no mercado de trabalho.

O indicador da **Renda Atual** acelerou a sua velocidade de crescimento em setembro, ao subir 2,2%, frente aos 1,4% de agosto. O componente tem variação positiva a quinze meses seguidos. E, este mês, o índice desmembrado em faixas de renda, voltou a apresentar resultados na mesma direção, de modo que há uma alta de 2,3% entre as famílias com renda até 10 SM e uma de 1,9% para as famílias mais ricas.

Assim, o indicador da renda atual consolidado está na região otimista desde dezembro de 2022 (100,3 pontos) e avançou para os 135,0 pontos em setembro. 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 131,5 pontos. Já entre as famílias mais abastadas, embora o retorno tenha ocorrido em agosto de 2022 (100,5 pontos), houve uma sequência de três quedas consecutiva do índice entre junho e agosto, levando o a um recuo para o nível dos 146,9 pontos.

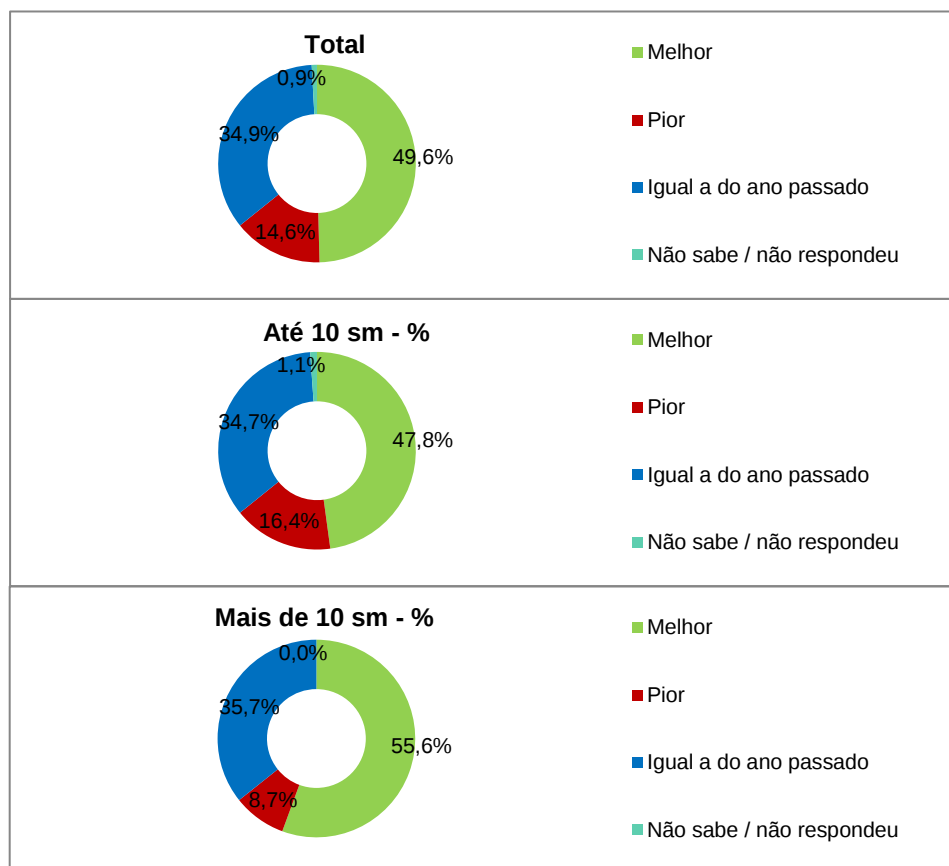
O desempenho do indicador de renda atual consolidado também se destaca na comparação anual e com o período pré-pandemia. Frente ao resultado de setembro de 2022 (88,8 pontos), o de agora é 52,0% superior, indicando o quanto o movimento de recuperação do índice foi intenso nos últimos doze meses. Em relação a fevereiro de 2020 (121,3 pontos), o indicador é um dos três que se encontram em patamar superior ao da época, 11,3%.

Ao analisar as respostas dos entrevistados, observa-se o predomínio dos que indicaram estar com renda melhor do que a do ano passado, 49,6%, cujo aumento foi de 1,7 p.p. na passagem do mês. Ao mesmo tempo, o percentual dos que se declararam com renda inferior a do ano passado foi de 14,6%, um decréscimo de -2,7 p.p., e o grupo dos que afirmam estar com renda igual a do ano passado soma 34,9%.

Na análise por faixas de renda, os impactos são semelhantes nas famílias de diferentes rendimentos. Entre as famílias com renda até 10 SM, 47,8%

afirmaram ter renda melhor do que no ano anterior, percentual 1,6 p.p. superior ao do mês anterior. Por outro lado, 16,4% declararam que estão com renda pior do que o do ano passado, percentual menor em -1,2 p.p., e 34,7% afirmaram que estão com renda igual a do ano passado, patamar ligeiramente inferior ao de agosto em 0,4

p.p. Já entre as famílias com rendimentos acima de 10 SM as percentagens são mais extremas. 55,6% sinalizaram que a renda atual está maior, um aumento de 1,8 p.p. Em contraste, as quedas foram de -0,8 p.p no grupo dos que

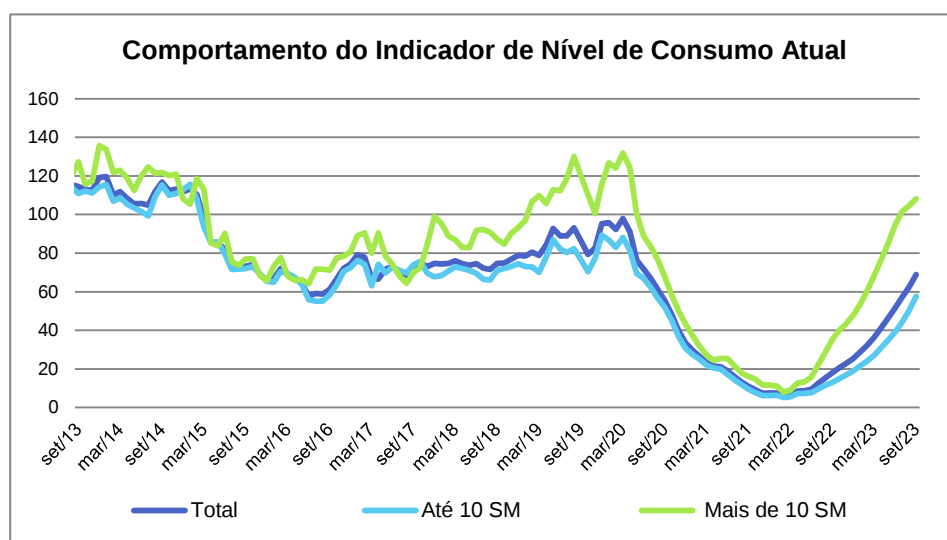


estão em situação igual a do ano passado, 35,7%, e de -0,9 p.p. no grupo dos que estão em situação pior, 8,7%.

## 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 setembro de 2023, o ritmo de



crescimento deste indicador mantém-se forte, ao avançar 10,4% diante do mês anterior, a maior taxa dentre os componentes do ICF. Entre as faixas de rendimentos o crescimento também é robusto, 14,6% em até 10 SM e 3,4% em mais de 10 SM.

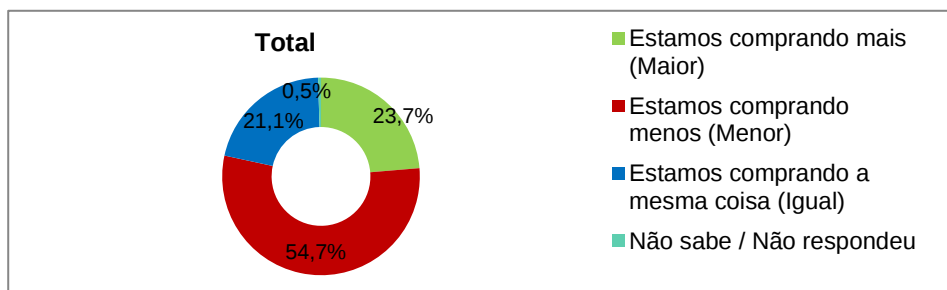
Em 2023, a média de crescimento deste componente é de 11,7%. Tal movimento dura dezenove meses e permitiu a recuperação de 62,6 p.p., levando o índice aos 69,0 pontos. O ritmo gradativo ainda não foi suficiente para tirar o indicador da zona de pessimismo e o mantém na posição de índice mais impactado do ICF. No entanto, cabe ressaltar que 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 já rompeu a barreira dos 100 pontos desde julho, algo que não ocorria desde abril de 2020 (124,1 pontos), e manteve-se na região de otimismo ao registrar os 108,2 pontos em setembro. Por outro lado, entre as famílias menos abastadas, o índice segue na região de pessimismo pelo centésimo terceiro mês consecutivo com 57,6 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 282,2%. 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 -25,2%.

A deterioração do consumo atual também dá sinais de recuo gradativo nas respostas dos consumidores. A pesquisa aponta que, em setembro, 54,7% dos consumidores



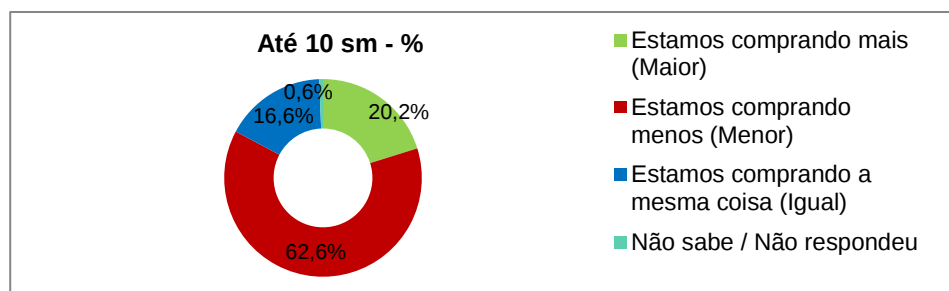
estão comprando menos do que antes, uma redução de 4,3 p.p. frente ao resultado de agosto. No mais, 23,7% afirmam que estão comprando quantidades maiores, um aumento de 2,2 p.p., enquanto, 21,1% enxergam que possuem mesmo padrão de consumo do ano passado.

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 (62,6%).

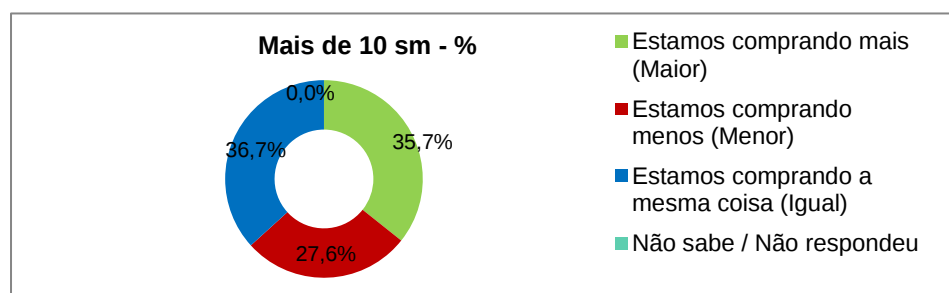
No entanto, ainda que pese tal



porcentagem, ela é 4,9 p.p. inferior a de agosto. Além disso, o percentual dos que experimentam um avanço nas compras aumentou 2,5 p.p. e agora são 20,2%. E, 16,6% 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

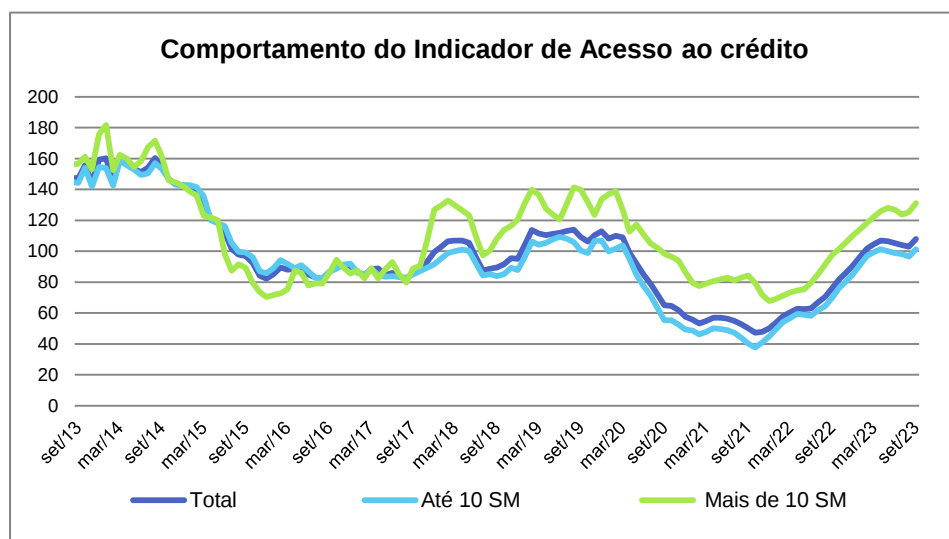


mesmo nível do que no ano passado, 36,7%, 1,2 p.p. acima de agosto. Em seguida, os 35,7% que relataram estar comprando mais do que compravam no ano passado formam um grupo que cresceu 1,2 p.p. na passagem do mês. Enquanto os que estão comprando menos são 27,6%, reduziu-se 2,4 p.p.

O componente de **Acesso ao Crédito** voltou a crescer após recuar por quarto mês consecutivos e apresentou variação de 4,8% diante de agosto. Com isso, o indicador acesso ao crédito avançou para o nível dos 108,0 pontos em setembro, o maior patamar desde março de 2020 (108,9 pontos). Nesta toada, a análise por faixa de rendimentos corrobora este movimento para ambas as classes. Na faixa de menor rendimento, a expansão foi de 4,8%, levando o indicador aos 101,2 pontos, nível bastante próximo ao de maio de 2023 (100,1

pontos). Enquanto, para as famílias com renda mensal acima de 10 SM o avanço foi de 4,6%, sustentando o índice nos 131,1 pontos.

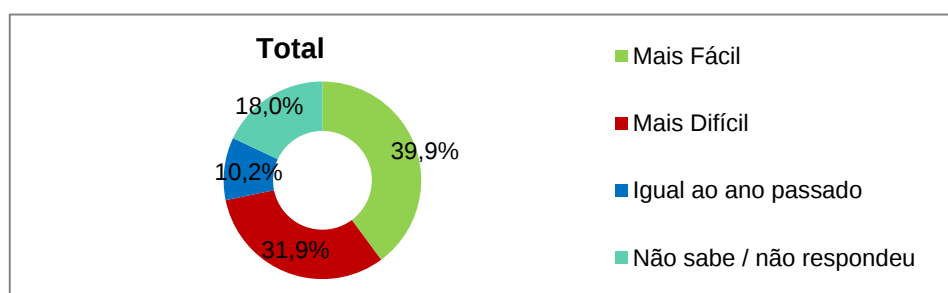
Movimentos que evidenciam a heterogeneidade do acesso ao crédito em função da renda.



Assim, o indicador consolidado de acesso ao crédito segue se afastando do ponto de corte pela zona de otimismo e avançou 42,0% frente ao resultado de setembro de 2022. Todavia, permanece em déficit de -1,9% em relação ao período pré-pandemia (110,0 pontos, em fevereiro de 2020). Isso 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.

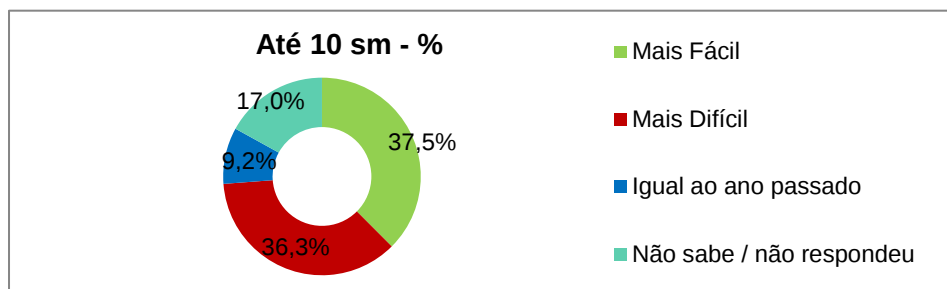
A análise das respostas revela que a proporção das famílias que

acreditam que comprar a prazo está mais difícil atingiu 31,9% dos entrevistados em setembro, uma



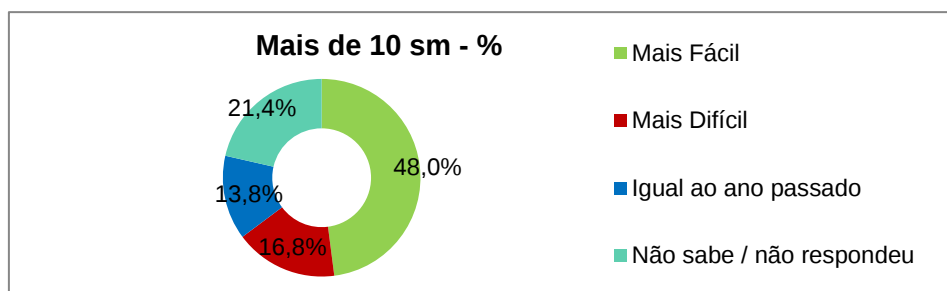
redução de 2,9 p.p. frente a agosto. Por outro lado, 39,9% acreditam que está mais fácil o acesso ao crédito, um aumento de 2,1 p.p. frente ao mês anterior. No mais, 10,2% possuem a mesma percepção do ano passado e 18,0% dos entrevistados estão indecisos quanto ao tema.

Entre as famílias menos abastadas, 37,5% declaram estar mais fácil o acesso ao crédito, elevação de 1,7 p.p. frente ao mês anterior, e 36,3% dizem que está



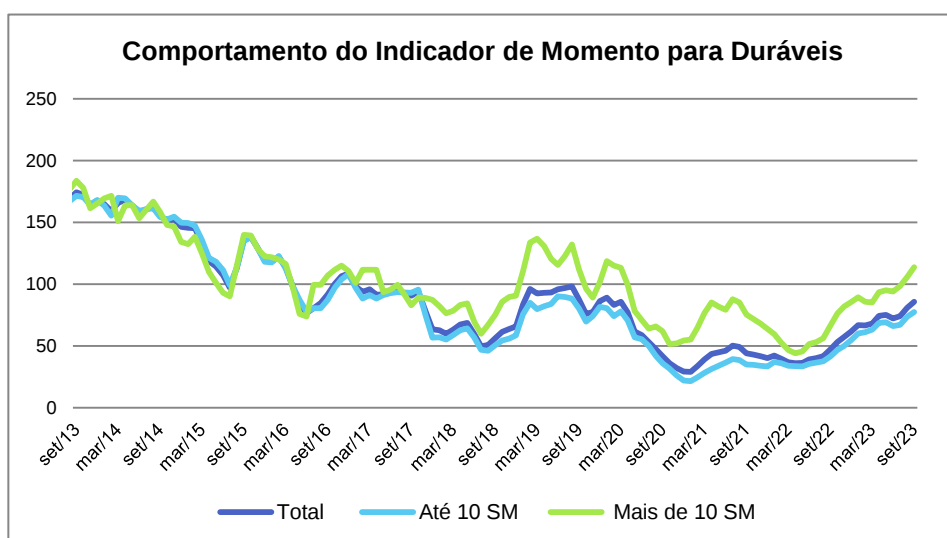
mais difícil, redução de 3,0 p.p. No mais, o percentual de indecisos subiu para 17,0% e o dos que possuem a mesma percepção de 2022 para 9,2%.

Nas famílias com renda acima de 10 SM, a predominância é de que está mais fácil obter crédito, 48,0%, 3,3 p.p. a mais que em agosto. E 16,8% sinalizam que está



mais difícil, queda de 2,5 p.p. Ainda chama atenção o elevado percentual de indecisos que atingiu 21,4%, e a manutenção dos que identificam o cenário como igual ao do ano passado (13,8%).

O **momento para duráveis** subiu 6,1% em setembro e atingiu os 85,7 pontos, patamar que não era registrado desde março de 2020 (85,8). Entre as famílias mais ricas, o avanço foi de 7,8% levando indicador aos 113,8 pontos. Já



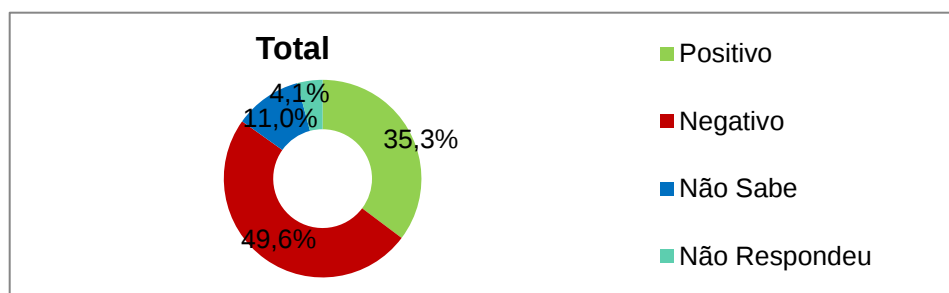
entre as menos abastadas o índice elevou-se 5,4% e atingiu os 77,5 pontos.

Importante lembrar que em termos absolutos, o momento para duráveis consolidado situa-se abaixo dos 100 pontos por oitenta e um meses consecutivos (desde dezembro de 2016), o que indica a persistência do patamar negativo mesmo antes da pandemia. No entanto, o atual nível dos 85,7 pontos supera em 3,0% o patamar registrado em fevereiro de 2020 (83,2 pontos).

Ademais, no comparativo anual, o índice aumentou 69,8%, décima terceira 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.

A análise das respostas dos entrevistados indica que a maioria dos consumidores,

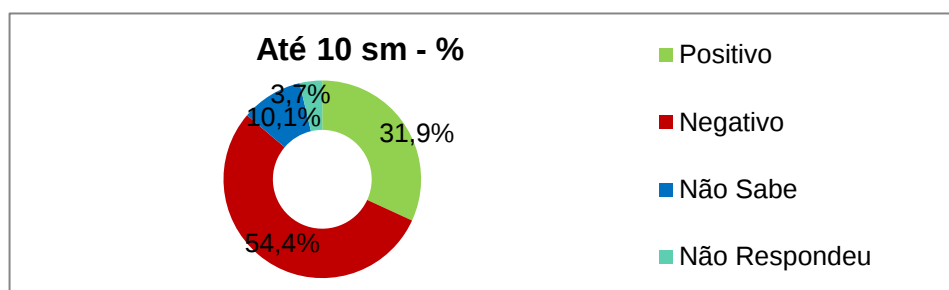
49,6%, acredita ser um momento negativo para as compras deste tipo de produto.



Todavia, houve diminuição de 2,6 p.p. na passagem do mês deste percentual. Já a proporção dos consumidores que acreditam ser um momento positivo para essas compras subiu 2,3 p.p. e atingiu os 35,3%, enquanto 15,1% encontram-se indecisos.

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

direção. Entre as famílias com renda até 10 SM o predomínio do



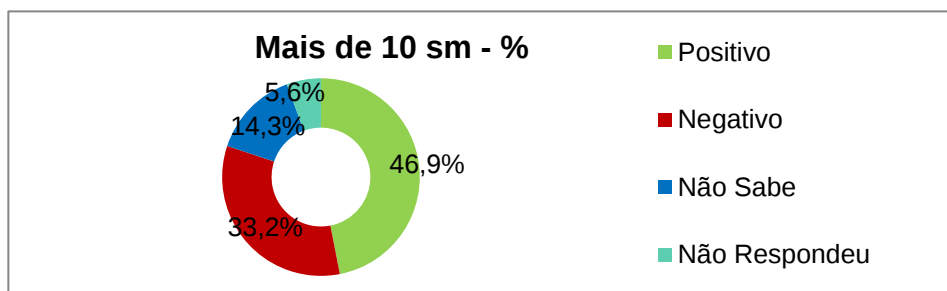
nível pessimista é mais notável. Embora com um recuo de 2,3 p.p., são 54,4% os que acreditam que o momento não é favorável para a aquisição de bens

duráveis. Os que acham que o momento é oportuno totalizam 31,9%, um aumento de 1,7 p.p. Enquanto, 13,8% estão indecisos.

Já entre as famílias com renda acima de 10 SM, o percentual dos que

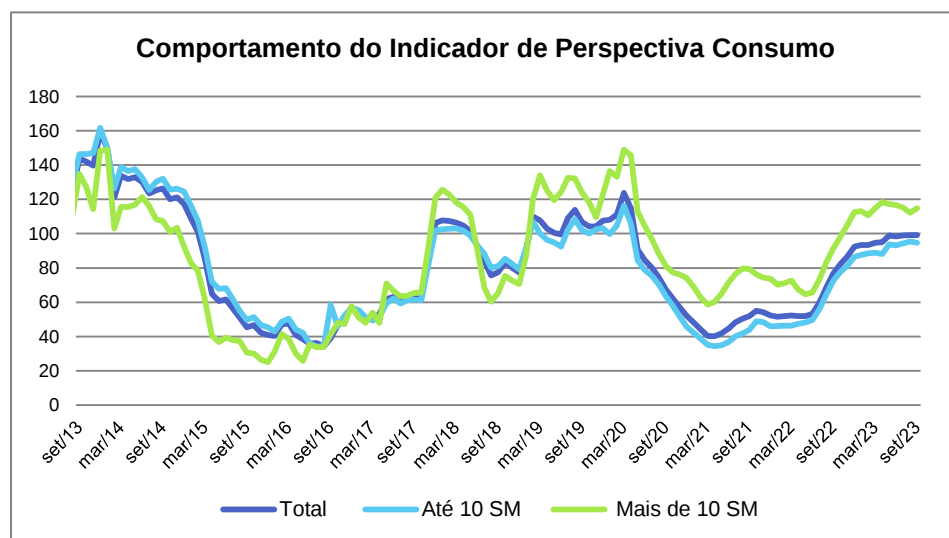
declararam o momento negativo para a compra de duráveis diminuiu 3,9 p.p. e atingiu os 33,2%. Em

contraste, 46,9% avaliam o momento como positivo, o que representa uma elevação de 4,3 p.p. Por fim, chama a atenção o peso dos entrevistados indecisos, 19,9%, praticamente o mesmo percentual de agosto (20,3%).



## PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO

A perspectiva de consumo apresentou ligeira queda de -0,1% na passagem do mês, após subir por dois meses seguidos (0,6% em julho e 0,2% em agosto), mantendo assim o indicador na zona limítrofe de pessimismo com 99,1 pontos. Entre



os segmentos por renda, as variações foram em direções díspares. Na faixa dos rendimentos até 10 SM houve variação negativa de -0,9%, levando a taxa ao nível dos 94,6 pontos. Por outro lado, na faixa acima de 10 SM a variação foi positiva, 2,3%, alçando o índice aos 114,8 pontos.

No comparativo anual, o ritmo da recuperação arrefeceu e registrou 29,3% frente a setembro de 2022. Todavia, em 2023, a variação em relação ao mesmo mês do ano anterior apresenta média de crescimento de 84,0%. 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 iniciou a série de crescimento robusto que fora interrompida agora.

Mesmo as famílias elevando o nível de confiança sobre o consumo futuro de forma significativa, 30,5 p.p. nos últimos treze meses. Em termos absolutos, o indicador permanece no limite superior da zona de pessimismo ao atingir os 99,1 pontos. Não obstante, o índice permanece -10,8% 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. Com ligeira alta de 0,2 p.p., o grupo dos entrevistados cuja esperança é

de que as compras serão menores contabilizou 35,1%.

34,2%

acreditam que

realizarão compras

maiores. Enquanto

30,7%

permanecem como

no ano passado

e/ou indecisos

quanto a questão.

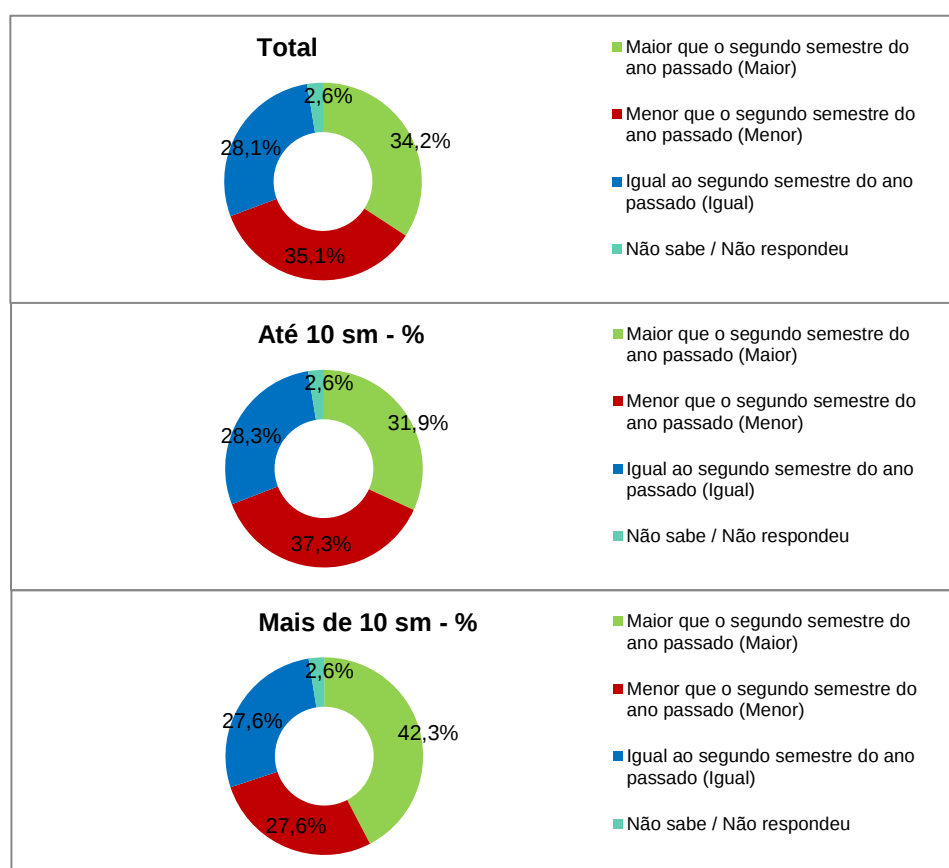
Tais percentuais

são muito

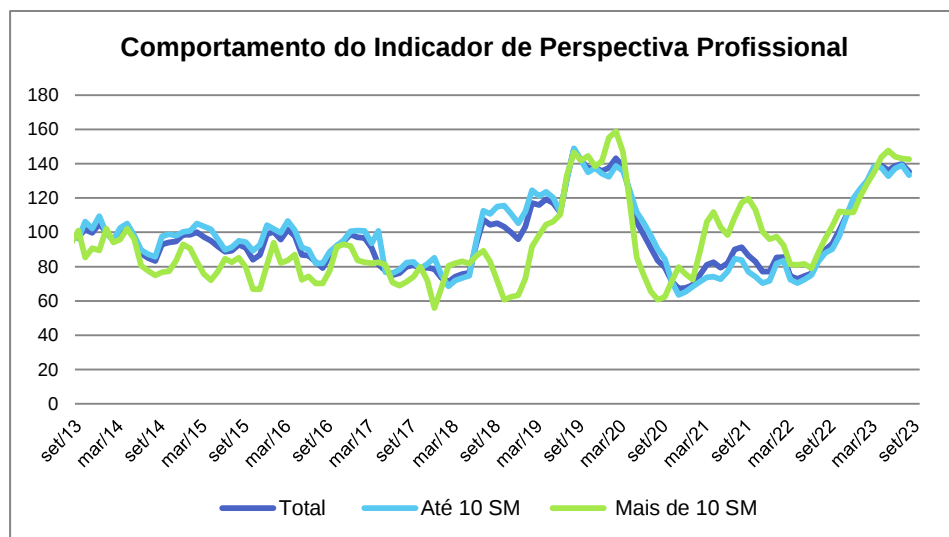
próximos aos de

junho, julho e de agosto 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 37,3% dos entrevistados afirmam que comprarão menos do que antes, alta de 0,8 p.p. Em contraste, o grupo dos que comprarão mais permanece com 31,9% e o dos que se encontram em situação igual é de 28,3%. Já para o grupo acima 10 SM, 27,6% das famílias têm previsão de consumo menor, um declínio de -1,8 p.p. frente ao mês anterior. Enquanto para 42,3% a expectativa é de realizar maiores compras, elevação de 0,7 p.p., e 27,6% continuam em igual posição.



O indicador de **perspectiva profissional** subiu 1,1% diante do mês anterior, após cair em agosto (-3,2%). Com o resultado, a variação mensal média do ano de 2023 até o mês de julho é de 1,8%. O movimento foi díspares nos



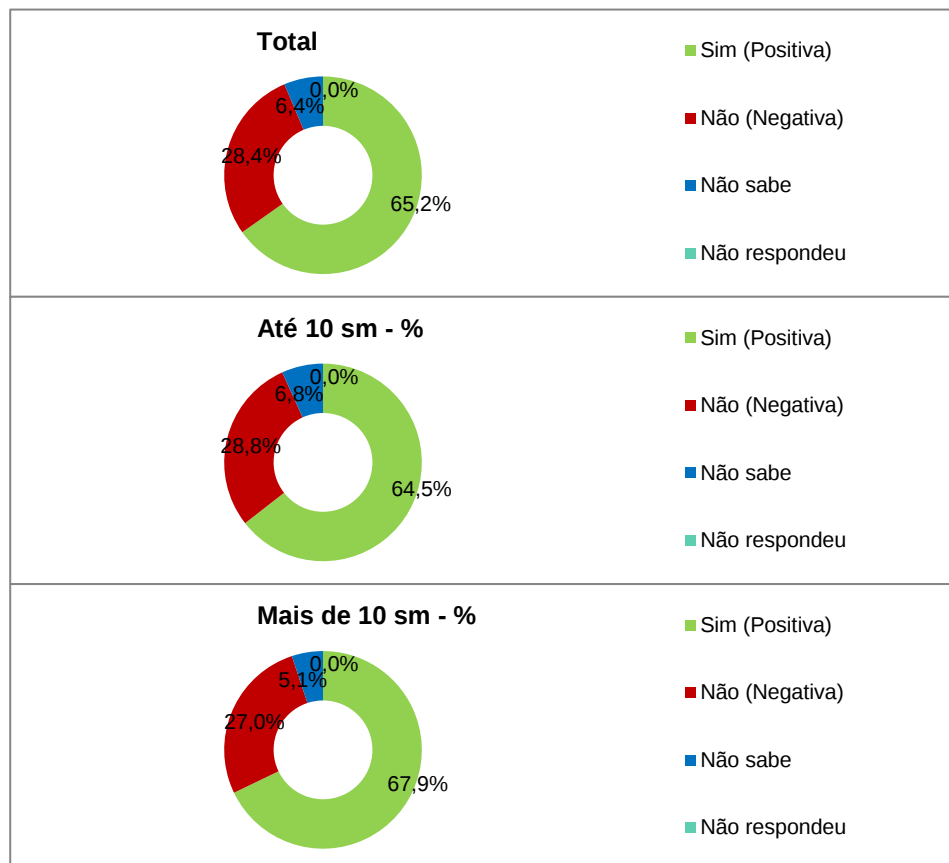
indicadores por faixa de rendimentos. No grupo das famílias com renda de até 10 SM houve aumento de 1,8%. Já entre as mais abastadas, o índice apresentou queda de -1,3%, a quarta variação negativa consecutiva.

Em termos absolutos, o indicador da perspectiva profissional permanece em nível de otimismo pelo décimo segundo mês, ao situar-se nos 136,8 pontos, posição de moderado otimismo. Na mesma toada, as classes de rendas apresentam desempenho semelhante. No grupo até 10 SM, o índice marca 135,7 pontos, enquanto, no grupo acima de 10 SM a taxa é de 140,8 pontos.

No comparativo anual, o índice consolidado da perspectiva profissional aumentou 46,7% frente ao resultado de setembro de 2022. Esta é a décima segunda variação positiva consecutiva deste indicativo e a expressiva magnitude decorre da aceleração no ritmo de recuperação do índice a partir de julho de 2022. Entretanto, o índice ainda permanece inferior ao período pré-crise em -4,4%.

A análise das respostas revela que a maior parcela das famílias, 65,2%, demonstrou uma perspectiva profissional positiva em setembro, uma elevação de 0,8 p.p. Por outro lado, são 28,4% com expectativas negativas para os próximos meses, uma redução de 0,6 p.p. frente ao resultado de agosto. No mais, 6,4% encontram-se indecisos quanto ao tema.

Na análise por faixas de rendimentos, a perspectiva profissional das famílias segue o padrão consolidado. Entre as famílias com renda de até 10 SM 64,5% estão com expectativas positivas, enquanto 28,8% não estão confiantes. Restando apenas 6,8% de indecisos. Na faixa de rendimentos acima de 10 SM, o movimento segue a mesma direção, mas permanece um sinal de alerta.



Pelo quarto mês consecutivo, reduz-se o percentual de entrevistados que declaram perspectivas profissionais positivas. Em setembro são 67,9%, em agosto eram 68,5%, em julho eram 68,7%, 69,5% em junho e 71,6% em maio, contabilizando uma queda de 3,7 p.p. nos cinco meses. Por outro lado, as expectativas negativas aumentaram 1,1 p.p. chegando aos 27,0%. Além disso, 5,1% dos entrevistados desta classe encontram-se indecisos.

## 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.