

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

ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC
Dezembro 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.....	18

SUMÁRIO EXECUTIVO

Em dezembro, a Intenção de Consumo das Famílias Catarinenses (ICF) permanece em contínuo crescimento pelo vigéssimo primeiro mês consecutivo ao apresentar alta de 1,8% na passagem do mês e, deste modo, o índice segue se firmando na região de otimismo com 116,7 pontos.

Com esta sequência de alta bastante longa e com velocidade gradativa de recuperação do índice, o indicador consolidado da Intenção de Consumo das Famílias mantém-se acima do nível registrado no período pré-pandemia pelo terceiro mês consecutivo. Assim, o ICF de dezembro de 2023 mantém-se 4,1% acima do de fevereiro de 2020 (112,1 pontos). Na comparação anual, a taxa está 43,1% acima da registrada em dezembro de 2022. É razoável afirmar que o consumidor catarinense demonstra um nível de confiança para realizar compras semelhante ao do período imediatamente anterior ao da pandemia.

Dentre os sete componentes do ICF, cinco apresentaram variação positiva enquanto dois mostraram variação negativa na passagem de novembro para dezembro. E, entre os positivos, novamente, o destaque é o nível de consumo atual cujo crescimento mensal foi de 7,1% e de 253,7% frente a dezembro de 2022. No entanto, a vigésima segunda variação positiva no mês a mês ainda não foi suficiente para reverter a situação deste indicador em relação ao período pré-pandemia. Assim, com 90,2 pontos, ele permanece como o componente mais impactado pela crise, com perdas de -2,2% sobre fevereiro de 2020.

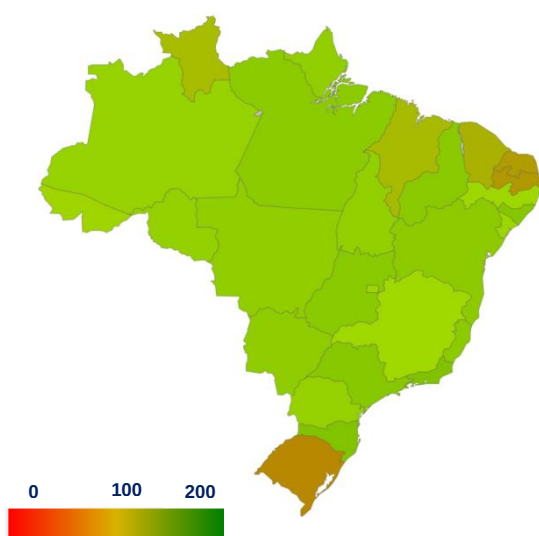
Em direção oposta, o indicador de perspectiva de consumo foi o componente que apresentou o maior recuo na passagem do mês, -1,6%, embora, tenha avançado 13,2% na comparação com dezembro de 2022. Ademais, o índice computou os 104,5 pontos e ainda está -5,9% abaixo do nível pré-pandemia.

Intenção de Consumo das famílias catarinenses avança em dezembro

O indicador alcançou os 116,7 pontos numa escala de 0 a 200

Santa Catarina							
Indicadores	fev/20	dez/22	nov/23	dez/23	Variação mensal	Variação anual Igual período	Variação fev/20 (pré-pandemia)
Emprego Atual	123,5	82,3	133,0	136,8	2,9%	66,3%	10,8%
Perspectiva Profissional	143,2	118,0	134,9	136,8	1,4%	16,0%	-4,5%
Renda Atual	121,3	100,3	136,7	135,6	-0,8%	35,2%	11,8%
Acesso ao Crédito	110,0	90,7	114,0	117,6	3,2%	29,6%	6,9%
Nível de Consumo Atual	92,2	25,5	84,2	90,2	7,1%	253,7%	-2,2%
Perspectiva de consumo	111,1	92,3	106,3	104,5	-1,6%	13,2%	-5,9%
Momento para duráveis	83,2	61,6	93,4	95,2	1,9%	54,5%	14,4%
ICF	112,1	81,5	114,6	116,7	1,8%	43,1%	4,1%

ICF por Estado – Dezembro de 2023

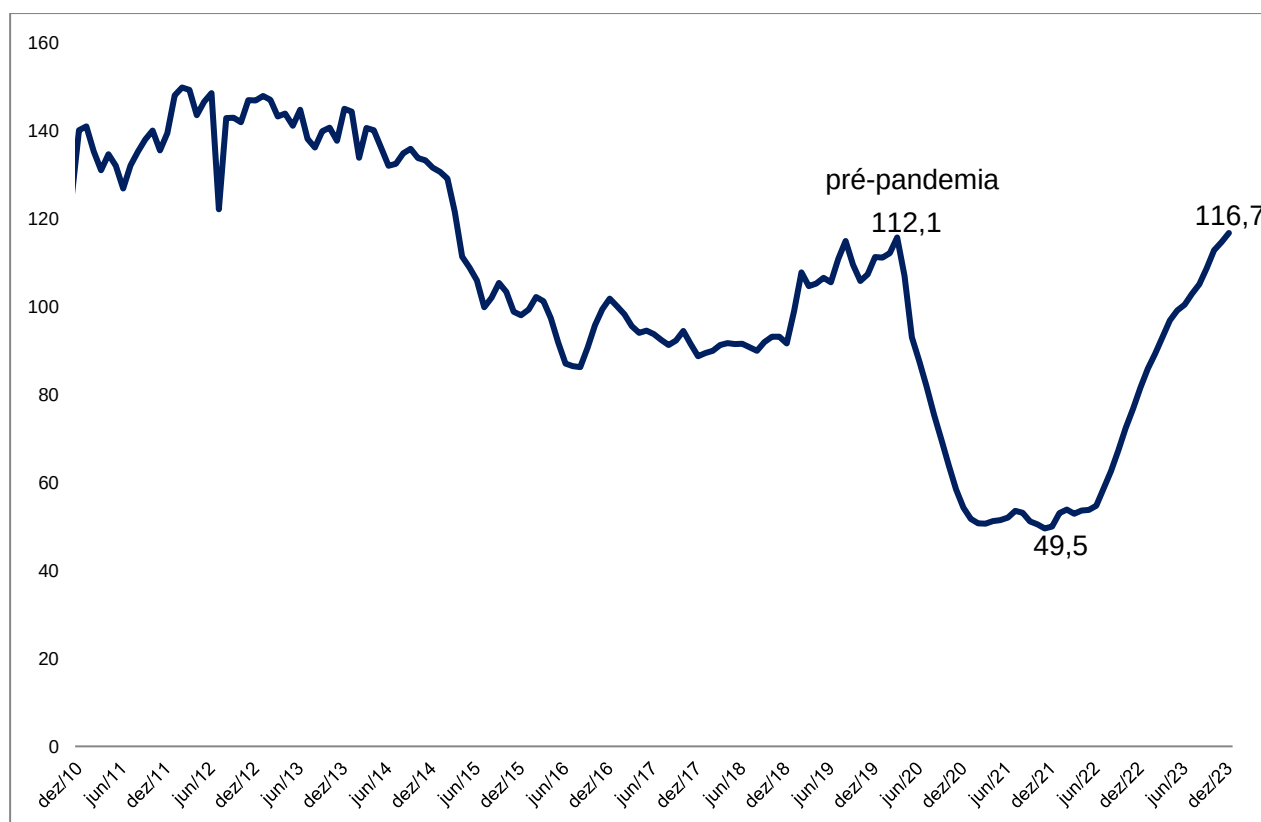


A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) catarinenses mantem-se acima do nível pré-pandemia em 4,1% ao alcançar os 116,7 pontos em dezembro. Desde outubro que o ICF ultrapassou o patamar registrado em fevereiro de 2020 e com o crescimento de 1,8% no mês a mês segue avançando rumo a região de otimismo moderado. Vale lembrar que a média de crescimento mensal do ICF em 2023 é de 3,0%.

Em termos absolutos, o ICF catarinense é o segundo maior entre as Unidades da Federação, abaixo apenas do Rio de Janeiro (118,0). Já no consolidado para o Brasil, a Intenção de Consumo das Famílias em dezembro atingiu os 105,2 pontos. O nível é de satisfação, mas diferentemente do que ocorre em Santa Catarina, o crescimento mensal do ICF no Brasil foi negativo (-0,7%), o que não se registrava desde dezembro de 2021. O ICF nacional já vinha perdendo força desde abril de 2023, e com essa queda, permanece a tendência de desaquecimento do consumo.

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 mantem o indicador na região de otimismo desde então. Agora, em dezembro, (116,7 pontos) o ICF permanece acima do patamar de fevereiro de 2020 (112,1 pontos) e, assim, o ciclo de recuperação do ICF vai se consolidando em uma nova fase, a de expansão do otimismo do consumidor catarinense.

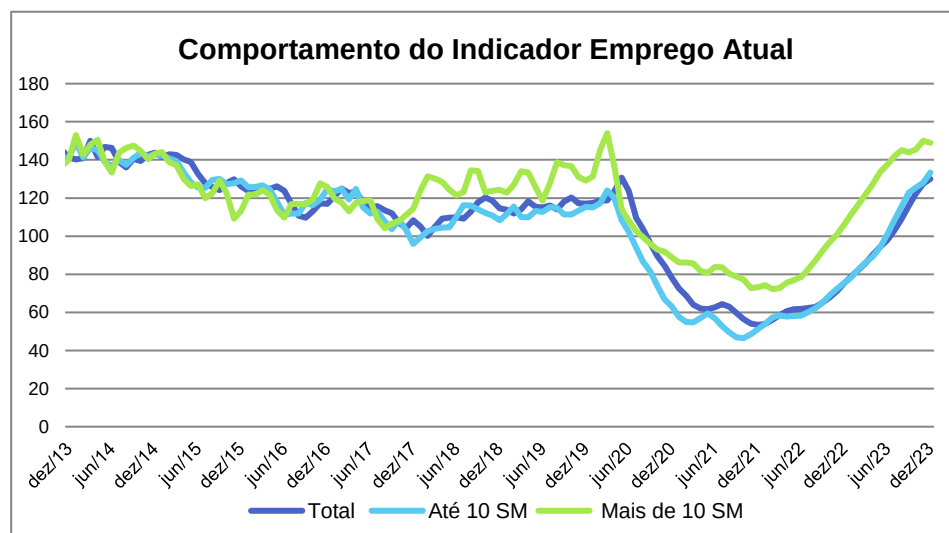
Intenção de Consumo das Famílias (ICF) - SC



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

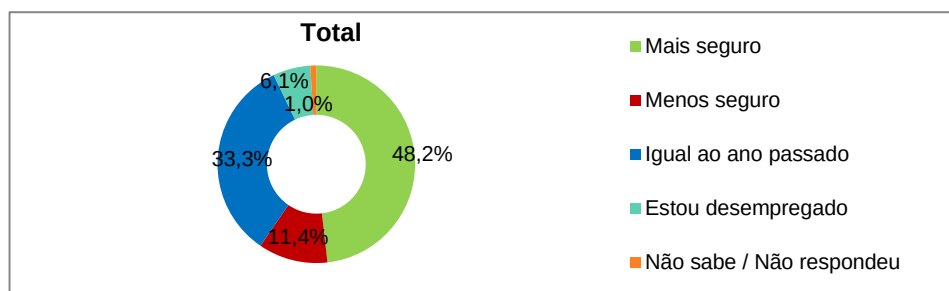
A expectativa das famílias para o **Emprego Atual** mantém trajetória de crescimento pelo vigésimo sexto mês consecutivo com variação mensal de 2,9%. Desde outubro de 2021, quando atingiu o menor patamar da série em termos



absolutos (53,4 pontos), o índice apresenta sucessivos resultados positivos, sendo a taxa média de crescimento no ano de 2023 de 4,3%. Por conta disso o indicador aumentou 66,3% frente ao resultado de dezembro de 2022, alcançando o nível dos 136,8 pontos em dezembro de 2023, consolidando-se na zona de otimismo, e superando em 10,8% o nível pré-pandemia. Ainda vale destacar que este indicador atingiu o maior patamar desde março de 2015 (138,9 pontos) e, juntamente com o indicador de perspectiva profissional, é o componente do ICF de maior nível.

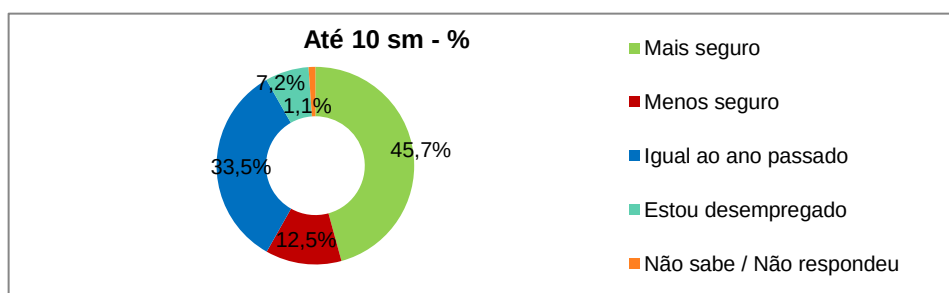
O crescimento gradual do indicador de emprego atual por um longo período foi refletido em ambas as faixas de rendas entre maio de 2022 e agosto de 2023. Porém, em dezembro, os indicadores estão díspares. Para rendimentos até 10 SM, houve elevação de 4,1% levando ao nível dos 133,3 pontos, patamar idêntico ao de abril de 2015. Desde aquela época que o índice para rendimentos até 10 SM não alcançava tal magnitude. Já para o de rendimentos acima de 10 SM houve retração de -0,7% cravando o nível dos 149,0 pontos.

Este movimento reflete diretamente a sensação de segurança do emprego atual por parte das famílias. Em termos totais, 48,2% dos entrevistados



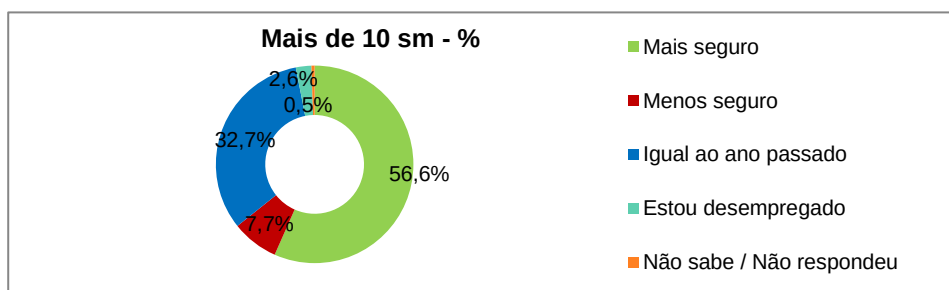
declararam maior sensação de segurança, uma elevação de 2,4 p.p. na passagem do mês. No outro extremo, 11,4% afirmaram que estão menos seguros, uma queda de 1,5 p.p. frente a novembro, enquanto 33,3% sentem-se iguais ao ano passado e 6,1% desempregados.

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 3,6 p.p na passagem do mês, computando assim o percentual de 45,7%. Em contraste, 33,5% sentem-se iguais ao ano passado, um recuo de 1,2 p.p., e 12,5% afirmam que se sentem menos seguras, queda de 1,6 p.p.

Já entre as famílias com renda superior a 10 SM houve contração de 2,0 p.p no agrupamento dos que se sentem mais seguros passando para

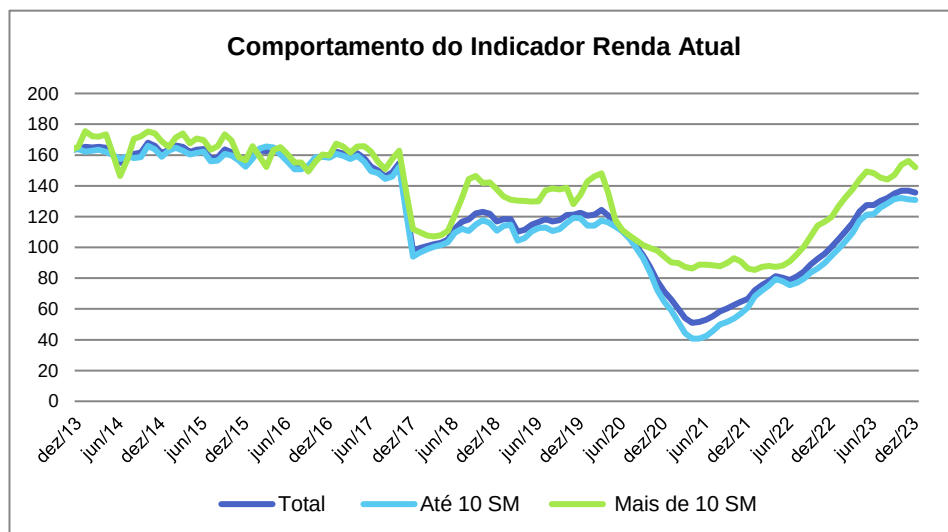


56,6%. O movimento foi contrabalanceado pela alta de 2,6 p.p. no grupo dos que se sentem iguais ao ano passado, 32,7%. No mais, caiu para 7,7% o

percentual dos que se sentem menos seguros, um recuo de 1,0 p.p., enquanto o de desempregados manteve-se em 2,6%.

O indicador da **Renda Atual** recuou -0,8% em dezembro, a segunda retração seguida.

Com isso, o componente atingiu os 135,6 pontos e perdeu o posto de componente mais elevado do ICF. O índice



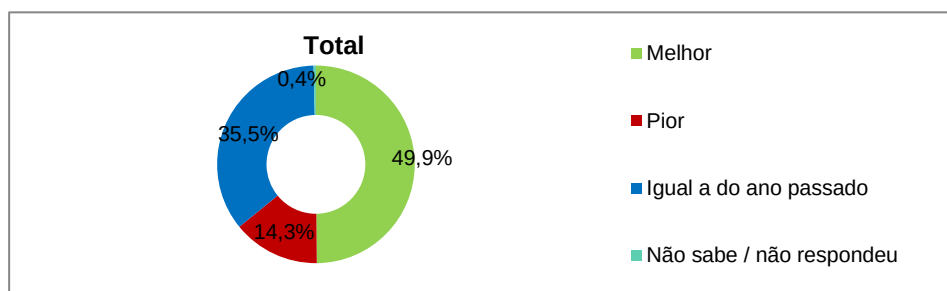
desmembrado em

faixas de renda, voltou a apresentar resultados na mesma direção. Há uma contração de -2,6% entre as famílias com renda acima dos 10 SM, enquanto, para as famílias menos abastadas há um ligeiro declínio de -0,2%. E, em termos de pontuação, as taxas foram de 152,0 pontos e de 130,8 pontos, respectivamente.

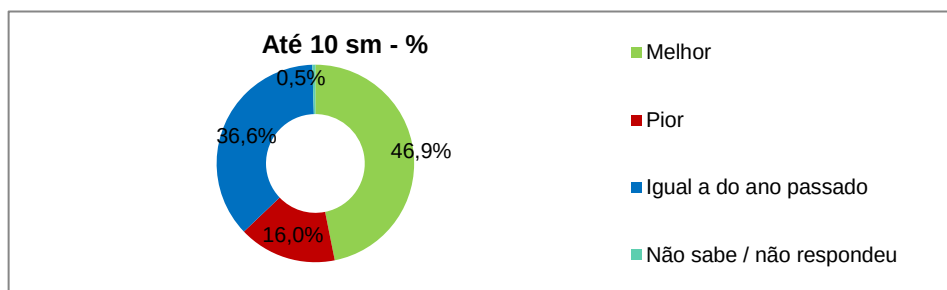
Assim, o indicador da renda atual consolidado está na região otimista desde dezembro de 2022 (100,3 pontos) e o seu desempenho também se destaca na comparação anual e com o período pré-pandemia. Frente ao resultado de dezembro de 2022, o de agora é 35,2% superior, indicando o quanto o movimento de recuperação do índice foi intenso nos últimos doze meses. E, em relação a fevereiro de 2020, a taxa é uma das quatro que se encontram em patamar superior ao da época, 11,8%.

Ao analisar as respostas dos entrevistados, observa-se o predomínio dos que indicaram estar com renda melhor do que a do ano passado, 49,9%, embora o percentual tenha reduzido em -0,5 p.p. na passagem do mês. Ao mesmo tempo, o percentual dos que se declararam com renda inferior a do ano

passado foi de 14,3%, um acréscimo de 0,7 p.p., Ademais, o grupo dos que afirmam estar com renda igual a do ano passado soma 35,5%, percentual 0,2 p.p. acima do registrado no mês de novembro.

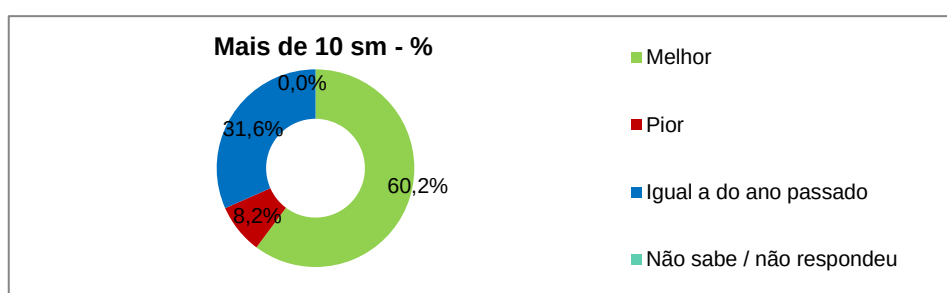


Na análise por faixas de renda, os impactos são díspares nas famílias de diferentes rendimentos. Entre as famílias com renda até 10 SM, 46,9% afirmaram



ter renda melhor do que no ano anterior, uma ligeira elevação de 0,1 p.p. Por outro lado, 16,0% declararam que estão com renda pior do que o do ano passado, -0,3 p.p. de recuo, enquanto, 36,6% afirmaram que estão com renda igual a do ano passado, patamar 0,1 p.p. inferior.

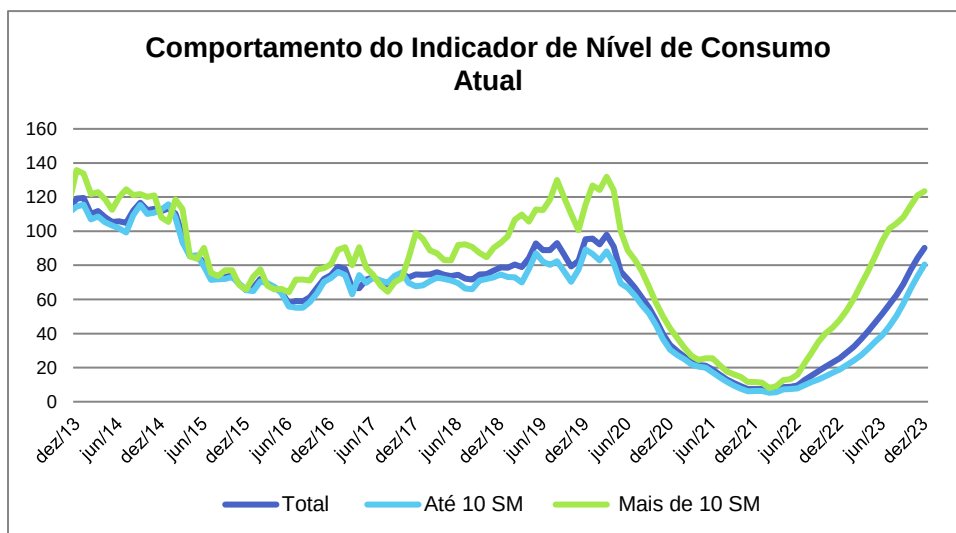
Já entre as famílias com rendimentos acima de 10 SM as movimentações foram mais visíveis. 60,2% sinalizaram que a renda atual está maior, uma queda de 2,6 p.p. O



grupo dos que estão em situação pior aumentou em 1,6 p.p. e atingiu os 8,2%, enquanto, o dos que estão em situação igual a do ano passado avançou 1,0 p.p. alcançando os 31,6%. Tudo isso em conjunto, indica que na percepção dos consumidores mais ricos há uma sinalização de cautela.

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 dezembro de

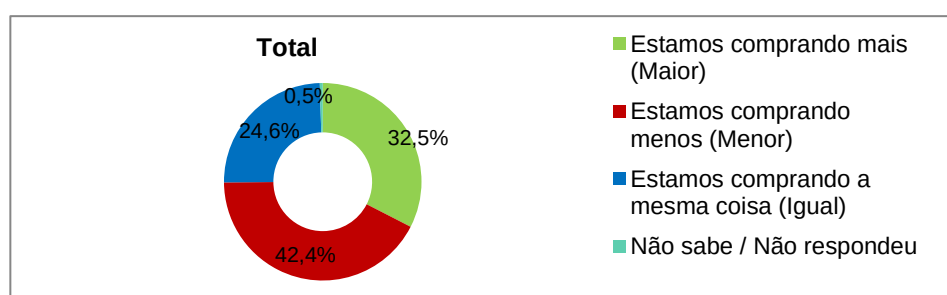


2023, o ritmo de crescimento deste indicador mantém-se forte, ao avançar 7,1% diante do mês anterior, a maior taxa dentre os componentes do ICF, e alcançar os 90,2 pontos. Entre as faixas de rendimentos o crescimento é robusto, 9,45% na até 10 SM, mas nem tanto entre as famílias com mais de 10 SM, 2,1%, levando os índices aos níveis de 80,5 pontos e 123,5 pontos, respectivamente.

O indicador de nível de consumo atual tem apresentado um ritmo gradativo que não foi suficiente para tirar o indicador da zona de pessimismo e o mantém na posição de índice mais impactado do ICF. No entanto, em 2023, a média de crescimento deste componente é de 11,1% e a sequência de crescimento já dura vinte e um meses, o que permitiu a recuperação de 83,8 p.p., levando o índice aos 90,2 pontos. 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.

Na comparação com igual período do ano passado, o indicador também apresentou a maior variação dentre os componentes do ICF ao crescer 253,7%. 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 -2,2%.

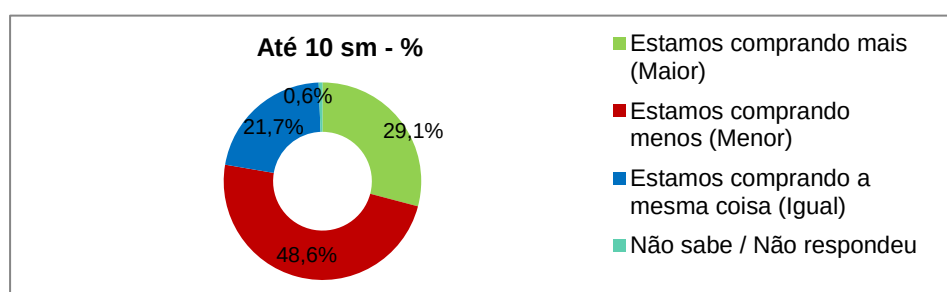
A recuperação do nível de consumo atual continua dando sinais nas respostas dos consumidores. A pesquisa aponta que, em dezembro, 42,4% dos consumidores



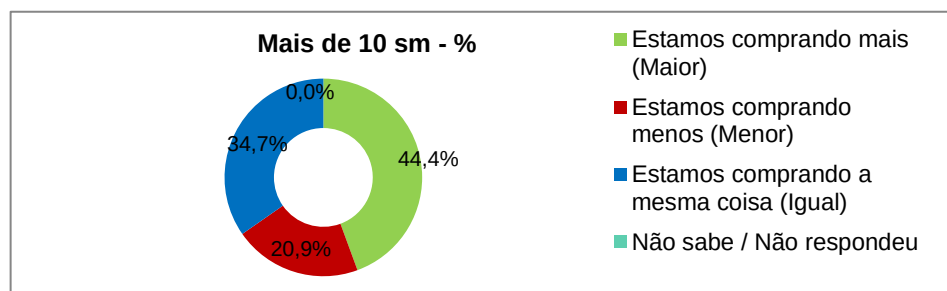
estão comprando menos do que antes, uma redução de -3,3 p.p. frente ao resultado de novembro. No mais, 32,5% afirmam que estão comprando quantidades maiores, um aumento de 2,5 p.p., enquanto, 24,6% enxergam que possuem mesmo padrão de consumo do ano passado.

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.

Nas famílias com renda até 10 SM predomina a sensação de que o consumo atual é menor do que o passado, 48,6%. No entanto, ainda que pese tal porcentagem, ela é -3,7 p.p. inferior a de novembro. Além disso, o percentual dos que experimentam um avanço nas compras aumentou 3,2 p.p. e agora são 29,1%. E, 21,7% mantem o padrão de consumo do ano passado.



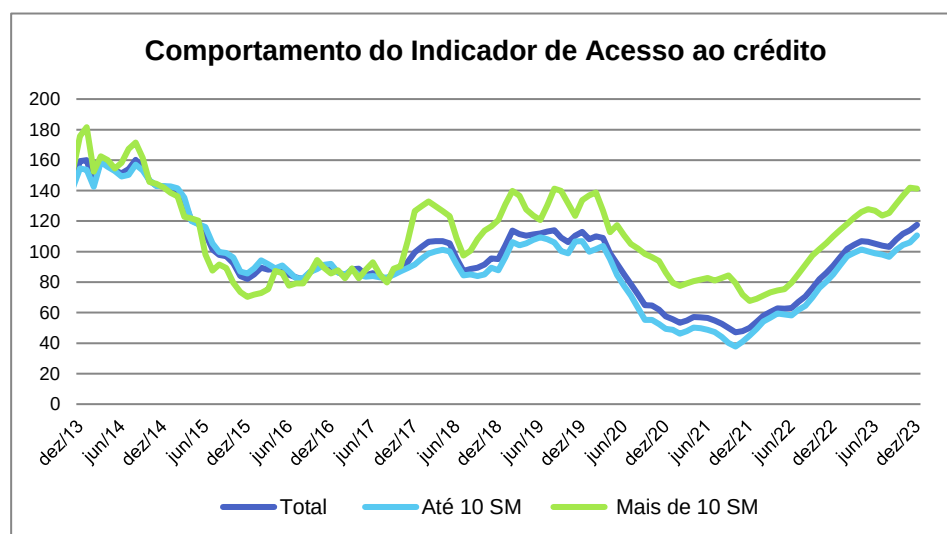
Nas famílias com renda acima de 10 SM a situação é diferente. Há uma considerável predominância dos que estão consumindo mais do que no ano



passado, 44,4%, 0,5 p.p. acima de novembro. Em seguida, os 34,7% que relataram estar comprando no mesmo nível do que compravam no ano passado, um grupo que aumentou 2,0 p.p. na passagem do mês. Enquanto os que estão comprando menos são 20,9%, reduziu-se -2,1 p.p.

O componente de **Acesso ao Crédito** subiu pelo terceiro mês seguido ao apresentar

variação de 3,2% em dezembro. Com isso, o indicador atingiu os 117,6 pontos, o maior nível desde maio de 2015 (118,5 pontos). Entre as faixas de



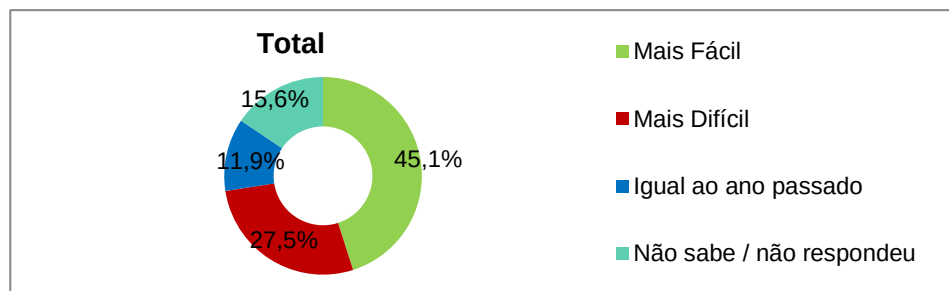
rendas o movimento foi dessemelhante. No grupo cujos rendimentos são de até 10 SM, o índice cresceu 4,5% e alcançou 110,7 pontos, enquanto, no de acima de 10 SM, houve variação negativa de -0,4% e a pontuação ficou em 141,3 pontos.

As variações positivas em sequência podem ser reflexo de uma consequência direta do atual processo de redução das taxas de juros pelo Banco Central do Brasil, o que leva uma reestimação da estrutura de custo do crédito no País, movimento que muitas vezes acaba impulsionando uma parcela

dos consumidores a concretizarem a aquisição de bens/serviços de forma financiada. Ademais, a perspectiva dos consumidores pode ter sido influenciada pelas campanhas de marketing associadas ao período natalino e até mesmo por uma espécie de “efeito lembrança” da *Black Friday*, época em que, em geral, produtos e serviços de maior valor agregado são mais procurados por conta das promoções/descontos.

Na comparação com o resultado de dezembro de 2022, o indicador de acesso ao crédito apresentou avanço de 29,6%. Embora expressivo, tal percentual é o menor dos últimos doze meses. O resultado mostra a desaceleração do movimento 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 alta frente ao resultado de agora, impactando o cálculo da variação. Por outro lado, o índice mantém-se acima do nível observado no período pré-pandemia (110,0 pontos) pelo terceiro mês consecutivo, 6,9%.

Pela análise das respostas, a proporção das famílias que acreditam que comprar a prazo está mais difícil atingiu 27,5% dos entrevistados em outubro. Por outro lado, 45,1%

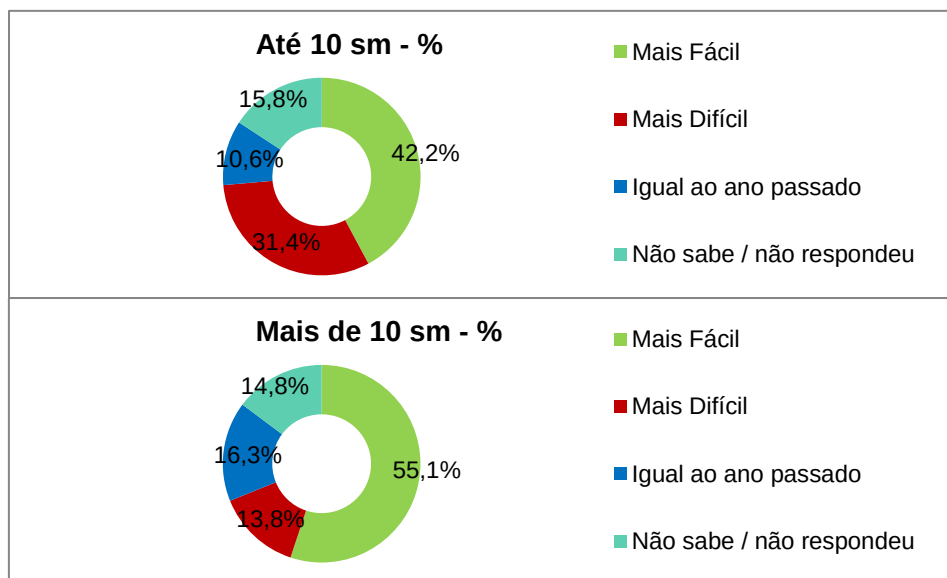


acreditam que esteja mais fácil o acesso a crédito, aumento de 1,9 p.p. frente ao mês anterior. No mais, 11,9% possuem a mesma percepção do ano passado e 15,6% dos entrevistados estão indecisos quanto ao tema.

Na análise por segmento de renda há um movimento de convergência na percepção do acesso ao crédito entre as classes. Nas famílias menos abastadas, 42,2% declaram estar mais fácil o acesso ao crédito, elevação de 2,7 p.p. frente ao mês anterior, e 31,4% dizem que está mais difícil, queda de -2,2

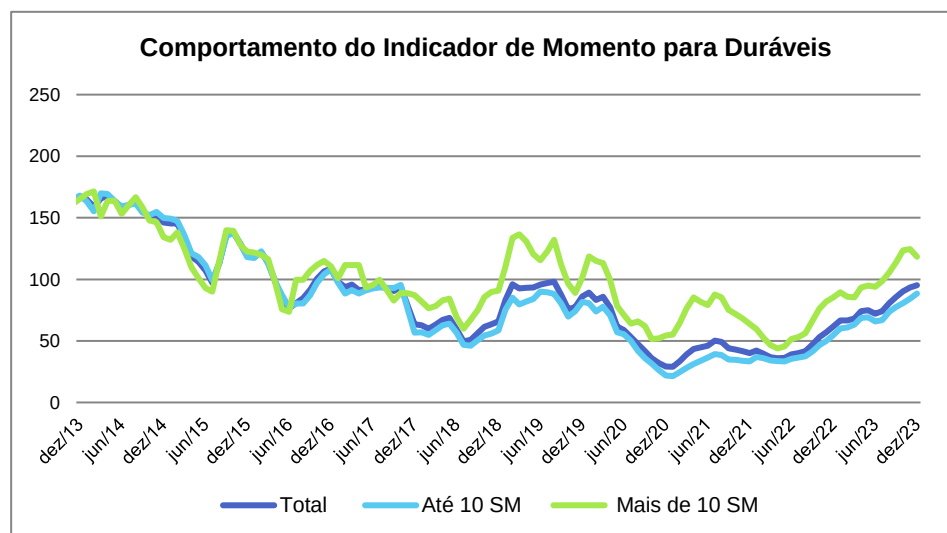
p.p. No mais, o percentual de indecisos foi para 15,8% e o dos que possuem a mesma percepção de 2022 manteve-se em 10,6%.

Nas famílias com renda acima de 10 SM, a predominância é de que está mais fácil obter crédito, 55,1%, 1,0 p.p. a menos que em novembro. E 13,8% sinalizam que está mais difícil, queda de -0,5 p.p. Ainda chama atenção os elevados



percentuais de indecisos que atingiu 14,8% e dos que identificam o cenário como igual ao do ano passado são 16,3%.

O **momento para duráveis** subiu 1,9% em dezembro. Esta é a sexta alta consecutiva desse componente e o levou aos 95,2 pontos, o maior nível desde agosto de 2019 (98,1 pontos). Na análise das faixas de renda, há



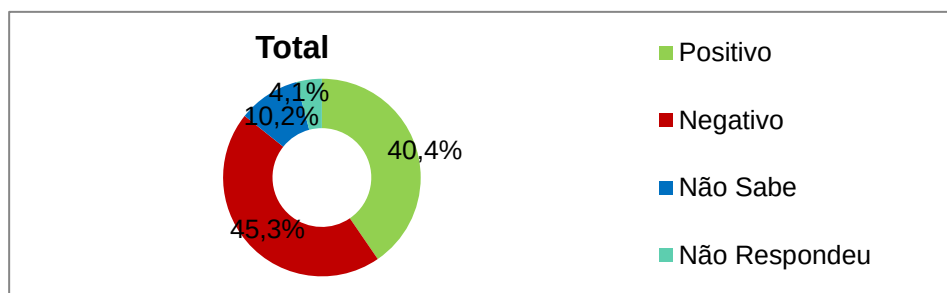
aumento entre as famílias menos abastadas, 4,8%, enquanto entre as mais ricas há um retrocesso de -4,9%. Ademais, o índice permanece na zona de pessimismo com 88,4 pontos para as famílias com rendimentos até 10 SM,

enquanto, consolida-se na zona de otimismo com 118,4 pontos para as famílias com renda acima dos 10 SM.

No comparativo anual, o índice de momento para duráveis é 54,5% superior ao de dezembro de 2022. O resultado expressivo é graças ao baixo nível do indicador no ano passado, que nesta mesma época já apresentava crescimento robusto. Por outro lado, no comparativo com fevereiro de 2020, há um avanço de 14,4%, indicando que a confiança do consumidor tem-se reestabelecido gradualmente.

A análise das respostas dos entrevistados não é favorável à compra dos bens duráveis.

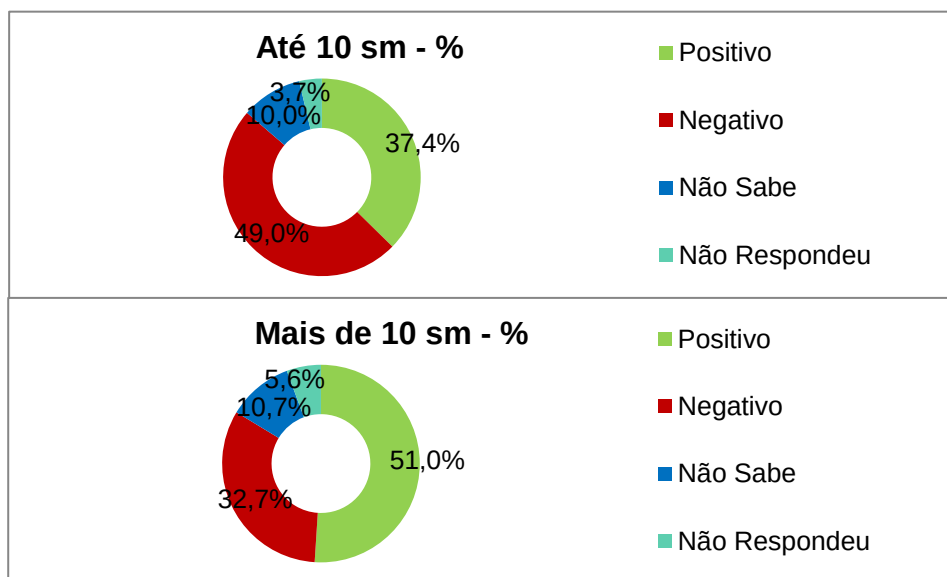
45,3% acham que o momento é negativo. Por outro lado, a proporção



dos consumidores que acredita ser um momento positivo para essas compras subiu 0,9 p.p. e atingiu os 40,4%, enquanto 10,2% encontram-se indecisos.

O nível pessimista é maior entre nas famílias com renda até 10 SM

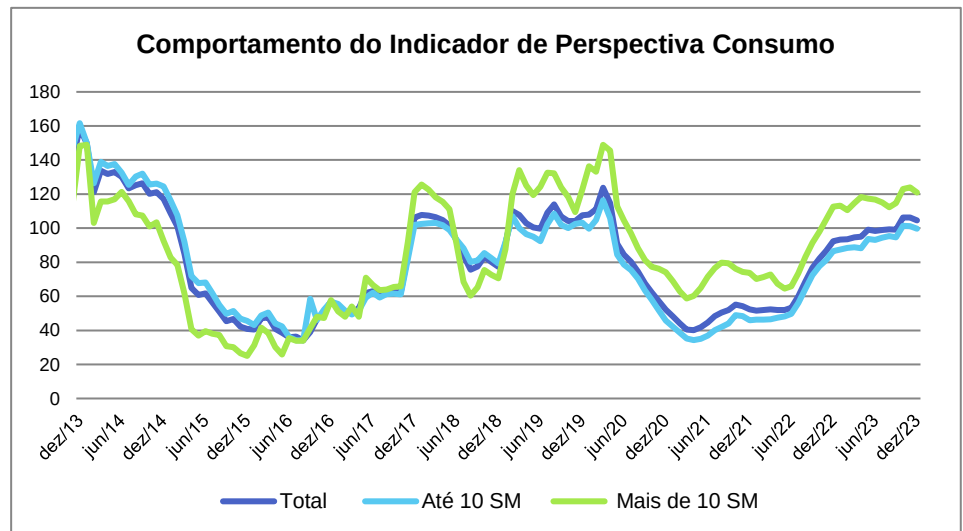
(49,0%), embora, tenha recuado -2,0 p.p. na passagem do mês. Já entre as famílias com rendimentos acima dos 10 SM predomina o positivo (51,0%), queda de 3,1 p.p.



No mais, ambos os grupos possuem percentuais de indecisos na faixa dos 10%.

PERSPECTIVAS: PROFISSIONAL E CONSUMO

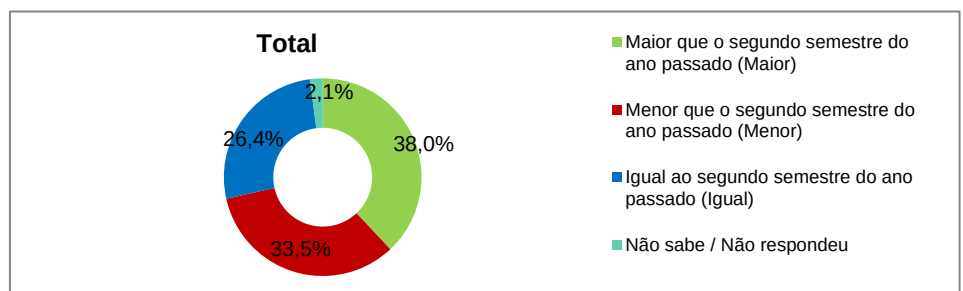
A perspectiva de consumo recuou -1,6% em dezembro e o indicador atingiu os 104,5 pontos, o menor nível desde outubro, quando ultrapassou a linha dos 100 pontos. Entre as faixas de renda, as variações



acompanharam o indicador principal. Na faixa dos rendimentos até 10 SM houve redução de -1,3%, empurrando o índice para a zona de pessimismo com 99,8 pontos. Na faixa acima de 10 SM a queda de -2,5% levou aos 120,9 pontos.

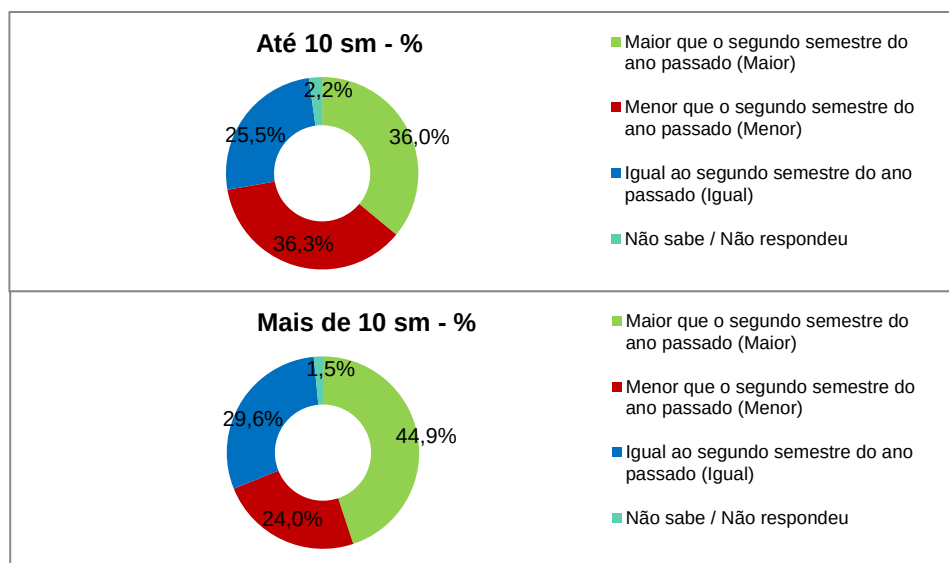
No comparativo anual, o ritmo da recuperação continua arrefecendo ao registrar 13,2% frente a dezembro de 2022, de modo que o índice ainda não recuperou o nível observado no período anterior à pandemia e amarga um resultado -5,9% inferior ao de fevereiro de 2020.

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



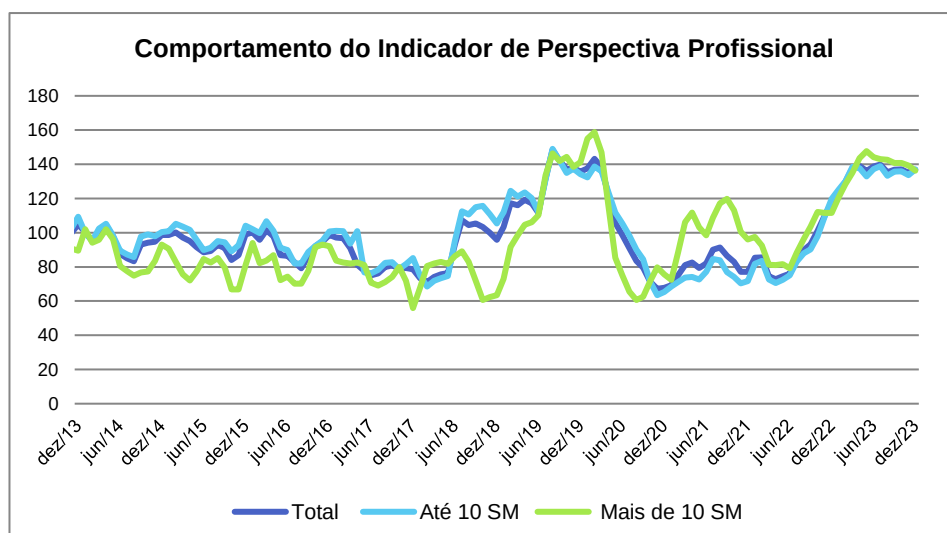
consumidor catarinense. Para 38,0% dos entrevistados a esperança é de que as compras serão maiores, um recuo de -1,4 p.p. na passagem do mês. Por outro lado, 33,5% acreditam que realizarão compras menores, aumento de 0,3 p.p. Enquanto, 26,4% permanecem igual ao ano passado e 2,1% estão indecisos.

As expectativas de consumo estão mais otimista entre as famílias mais ricas. No grupo de até 10 SM, 36,0% dos entrevistados comprarão mais do que antes, queda de 0,8 p.p. Em contraste, 36,3% comprarão menos, elevação de 0,6 p.p., e 25,5%



encontram-se em situação igual a do ano anterior. Já para o grupo com rendimentos acima 10 SM, 44,9% das família têm previsão de consumo maior, uma contração de -3,6 p.p. frente ao mês anterior. 24,0% realizarão menores compras, diminuição de -0,5 p.p., e 29,6% estão igual ao mesmo momento do ano passado, aumento de 3,6 p.p.

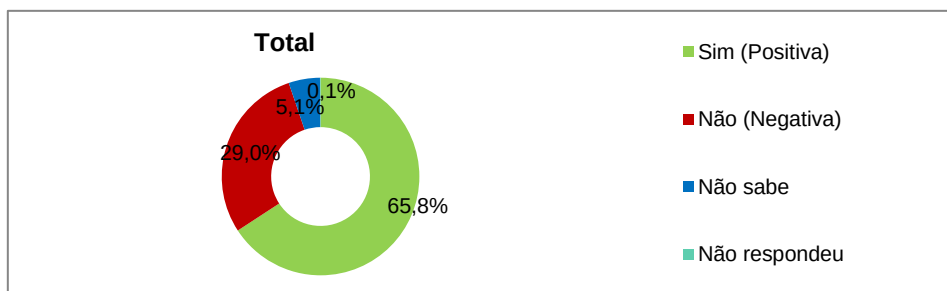
O indicador de **perspectiva profissional** avançou 1,4% e alcançou o nível dos 136,8 pontos em dezembro, o maior dentre os componentes, e permanecendo em nível de otimismo pelo décimo quarto mês. Entre as faixas de



rendimentos os movimentos foram díspares. Alta de 2,6% nas famílias com renda de até 10 SM, cravando o indicador nos 137,0 pontos, e recuo de -2,2% nas famílias mais abastadas, onde o índice retornou aos 136,2 pontos.

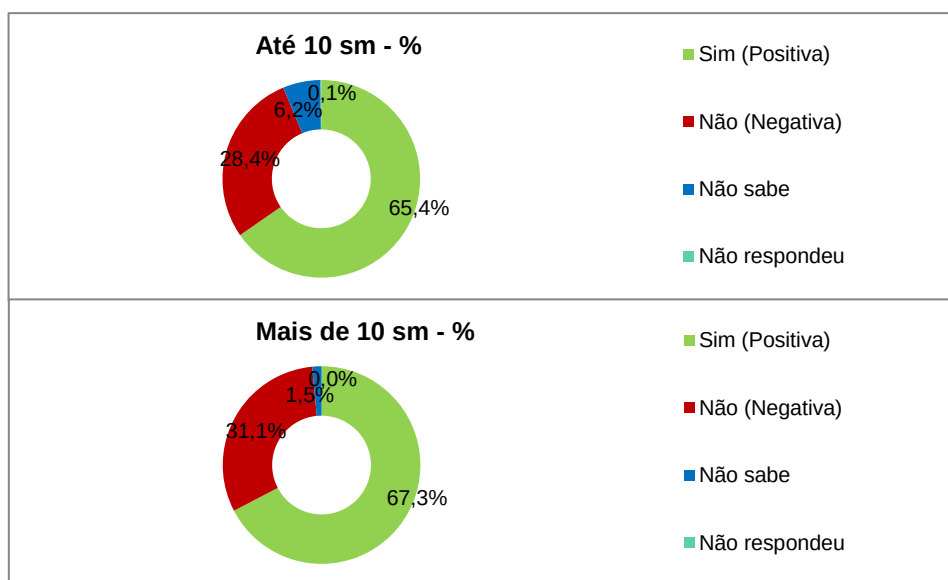
No comparativo anual, o índice subiu 16,0% frente a dezembro de 2022. Esta é a décima sexta variação positiva consecutiva do indicador e expressa o bom ritmo de recuperação do índice a partir de julho de 2022. Todavia, o índice permanece inferior ao período pré-crise em -4,5%.

A análise das respostas revelou que a maior parcela das famílias (65,8%) demonstrou uma perspectiva profissional positiva em dezembro, uma alta de 0,8 p.p.



Por outro lado, são 29,0% com expectativas negativas para os próximos meses, uma variação negativa de 0,9 p.p. No mais, 5,1% encontram-se indecisos quanto ao tema.

Na análise por faixas de renda, a perspectiva profissional das famílias segue o padrão consolidado. Entre as famílias com renda de até 10 SM 65,4% estão com expectativas positivas, avanço de 1,6 p.p., enquanto 28,4% não estão



confiantes, redução de -1,8 p.p. Restando 6,2% de indecisos. Na faixa de rendimentos acima de 10 SM, o movimento segue a mesma direção. Em dezembro são 67,3% famílias com perspectivas positivas, enquanto, as expectativas negativas são de 31,1% e 1,5% 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.