

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

ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC
Junho de 2024

CRESCE O NÍVEL DE SATISFAÇÃO COM O EMPREGO E COM A RENDA EM SANTA CATARINA.

Houve melhora também das perspectivas profissionais e de consumo. Do lado negativo, a satisfação com as condições de consumo caiu, deixando a intenção de consumo das famílias catarinenses inalterada em junho.

Subindicador	Mai./24	Jun./24	Variação (%)		
			Mês/Mês anterior	Mês/Mês do ano anterior	Fev./20
ICF	113,7	113,7	0,0	13,2	1,4
Momento atual					
Emprego	132,8	137,1	3,2	25,5	11,0
Renda	134,2	137,5	2,4	7,8	13,4
Condições de consumo					
Nível de consumo atual	96,7	96,2	-0,6	86,8	4,3
Acesso ao crédito	113,6	106,5	-6,3	1,2	-3,2
Momento para a compra de duráveis	77,4	71,4	-7,8	-1,1	-14,2
Perspectivas					
Perspectiva profissional	135,9	141,1	3,8	1,7	-1,5
Perspectiva de consumo	105,2	106,1	0,9	7,8	-4,5

A intenção de consumo das famílias catarinenses não se alterou em junho, permanecendo em 113,7 pontos. Do lado positivo, aumentou a satisfação com o emprego (3,2%) e a com a renda (2,4%); e as perspectivas profissional (3,8%) e de consumo (0,9%) melhoram. O nível de satisfação com o emprego atual é o maior em dez anos. Do lado negativo, caiu a satisfação com o nível de consumo atual (-0,6%), com o acesso ao crédito (-6,3%) e com a compra de bens duráveis (-7,8%). No Brasil, a ICF avançou 0,5%, descontado os efeitos sazonais, alcançando 102,2 pontos e permanecendo na zona de satisfação.

A intenção de consumo das famílias que recebem menos permaneceu inalterada, enquanto entre as famílias que ganham mais houve uma queda de 0,1%. Neste mês, as famílias que ganham menos passaram a ficar insatisfeitos com o acesso ao crédito, com o índice chegando a 99,6 pontos (ante 107,5 pontos em maio). Os ricos permaneceram insatisfeitos somente com o momento para compra de bens duráveis.

Mês

- Dos sete indicadores que compõem o ICF, quatro melhoraram enquanto três pioraram; O maior aumento ocorreu na perspectiva profissional (3,8%), e a maior queda foi na satisfação com o momento para a compra de bens duráveis (-7,8%);
- Merece destaque também a queda de 6,3% da satisfação com o acesso ao crédito;
- A satisfação com o emprego atual entre as famílias que ganham menos (137,3 pontos) superou o nível de satisfação entre os mais ricos (136,2 pontos);
- A percepção de maior segurança com o emprego atual cresceu 3,7 pontos percentuais, representando 43,3% das famílias;
- A satisfação com a renda atual aumentou 2,5%, devido ao crescimento de 3,6% entre as famílias que ganham mais. O nível de satisfação é o maior em seis anos;
- Para 50,5% das famílias, a situação financeira está melhor. A percepção de melhora na renda cresceu mais entre os mais ricos;
- As famílias permanecem insatisfeitas com o nível de consumo atual. O índice caiu 0,5%, chegando a 96,2 pontos;
- A satisfação com o acesso ao crédito caiu 6,3%, chegando a 106,5 pontos, principalmente pela redução de 7,3% da satisfação entre as famílias que ganham menos;
- A proporção das famílias que acreditam que o acesso ao crédito está mais fácil recuou 3,8 p.p. em junho, representando 40,4% dos entrevistados. Em contrapartida, a proporção daqueles que acreditam que está mais difícil cresceu 3,3 p.p., totalizando 33,9% dos entrevistados;
- A satisfação com o momento para a compra de duráveis recuou 7,8%, indicando que as famílias consideram que não é um bom momento para esse tipo de compra – principalmente as que recebem até 10 SM.

Mesmo mês do ano anterior

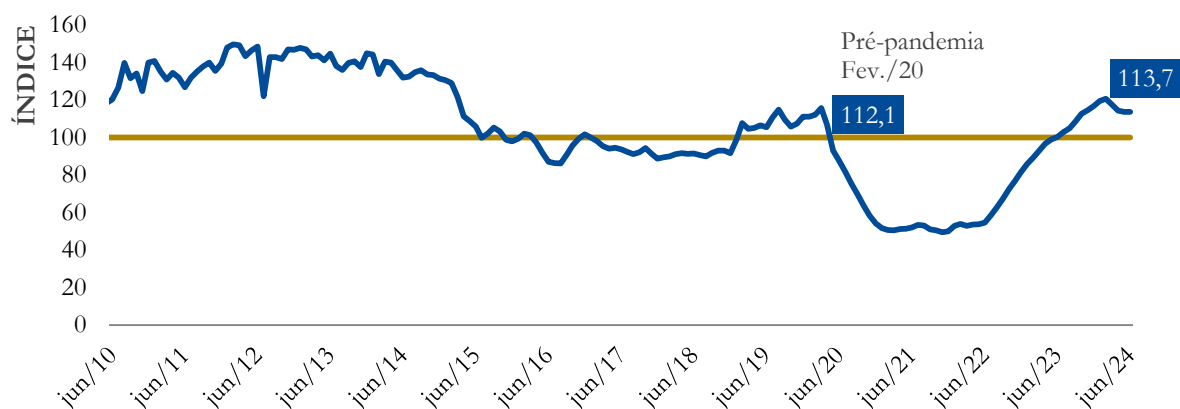
- Frente ao mês de junho de 23, a ICF cresceu 13,2%. O aumento foi influenciado, principalmente, pela expansão de 18% da intenção de consumo entre as famílias que ganham menos;
- Todos os subindicadores cresceram nesse comparativo, com exceção do momento para compra de bens duráveis (-1,1%);
- A satisfação com o emprego atual cresceu 25,5%. Para os que ganham menos, a satisfação aumentou 36%, enquanto para aqueles que ganham mais, a satisfação caiu 1%.
- A satisfação com a renda atual cresceu 7,8%, devido ao crescimento de 11% entre as famílias que ganham até 10 SM;
- A satisfação com o acesso ao crédito cresceu 1,2% no período, devido ao aumento de 2,5% entre as famílias que ganham mais de 10 SM;
- A satisfação com o momento para a compra de duráveis caiu 1,1%, principalmente entre as famílias que recebem mais de 10 SM (7,7%).

A Intenção de Consumo das Famílias em Santa Catarina atingiu 113,7 pontos em junho, permanecendo estável. Apesar disso, os grupos que recebem mais de 10 SM relataram uma redução de 0,1% na intenção de consumir, enquanto os que têm renda menor que 10 SM não tiveram variação.

Em comparação com junho de 2023, a intenção cresceu 13,2%, resultado do aumento de 18% na intenção de consumir entre as famílias que ganham menos. Entre as famílias com maior renda, a ICF cresceu 0,1% nesse comparativo.

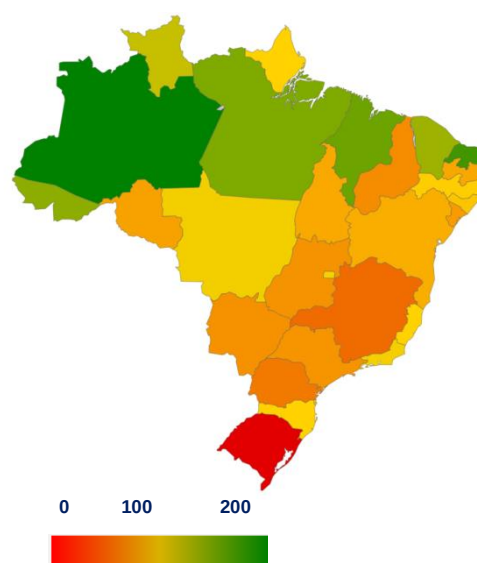
Intenção de consumo das famílias catarinenses

Índice permaneceu estável em junho



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Entre as UF, somente Santa Catarina e o Amapá registraram estabilidade na intenção de consumo. O maior crescimento foi registrado pelo Amazonas (4,4%). No Brasil, o índice foi de 102,2 pontos. Em relação ao mês de maio deste ano, o índice nacional cresceu 0,5%, na série com ajustes sazonais. Na comparação anual, houve um crescimento de 5,1%. Das 27 UFs, dez registraram aumento na intenção de consumo, enquanto quinze registraram queda.



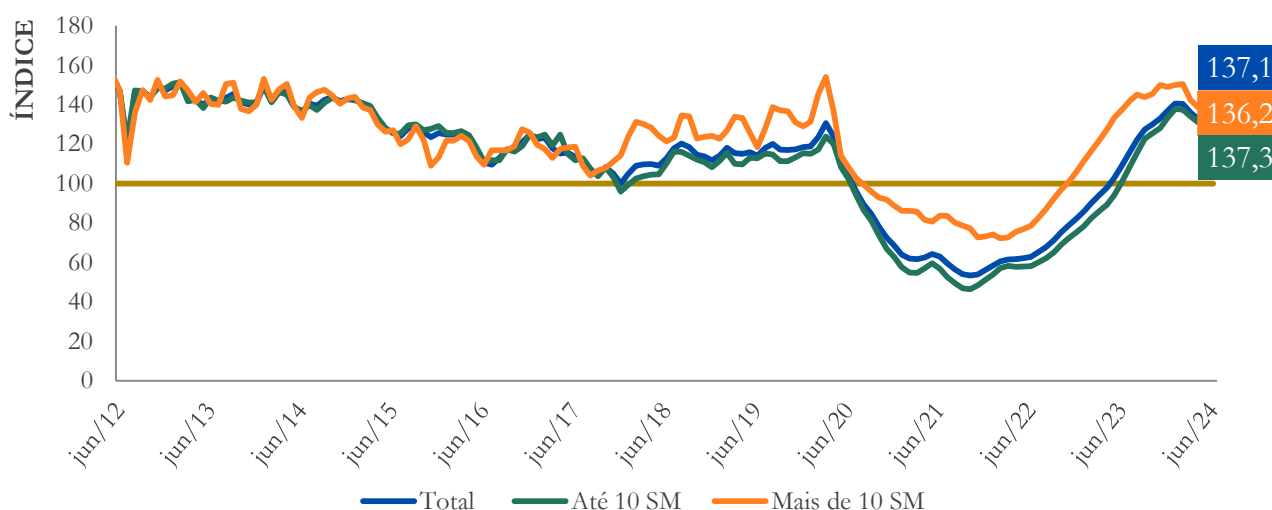
MOMENTO ATUAL: EMPREGO E RENDA

Satisfação com o emprego atual

A satisfação das famílias em relação ao emprego atual cresceu 3,2%, chegando a 137,1 pontos, o maior nível em 10 anos. Frente ao mês de junho do ano passado, a satisfação cresceu 25,5%. A satisfação também é superior ao período da pré-pandemia (fevereiro de 2020).

Série histórica da satisfação com o emprego atual.

A satisfação com o emprego atual cresceu 4,2% entre os que ganham menos.



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

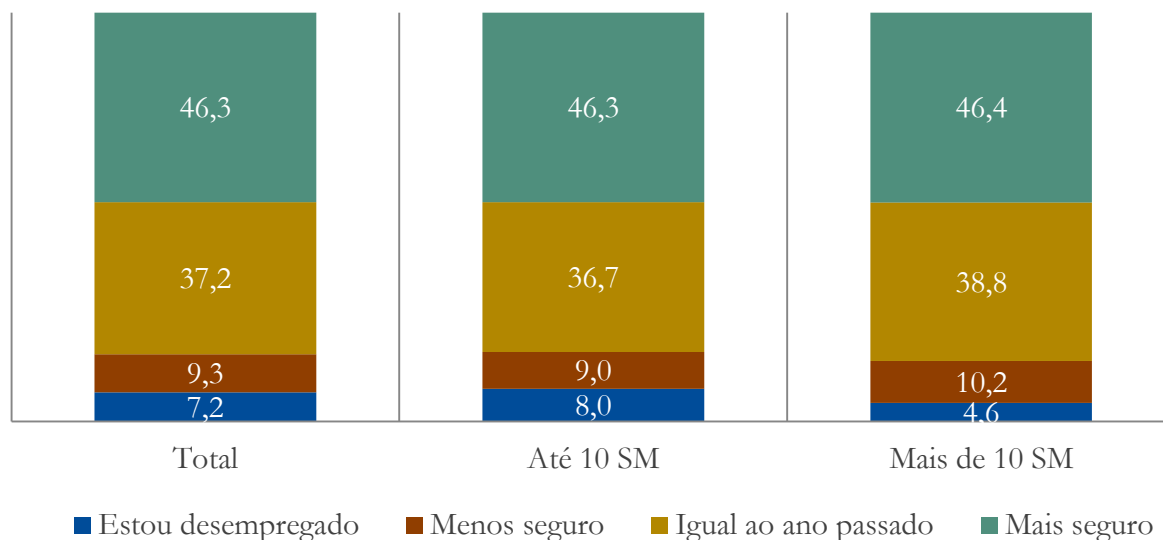
Entre as diferentes faixas salariais – e diferente do observado nos meses anteriores, a satisfação com o emprego atual é maior entre os que ganham menos. Para os que ganham até 10 salários mínimos, houve um aumento de 4,2%, elevando o indicador para 137,3 pontos. Em contraste, para aqueles com rendimentos superiores a 10 salários mínimos, a satisfação permaneceu estável em 136,2 pontos.

Segurança em relação ao emprego atual

Considerando ambas as faixas de renda (categoria total no gráfico abaixo), 42,3% dos entrevistados dizem estar mais seguros em relação ao emprego atual. Essa percepção cresceu 3,7 pontos percentuais em relação ao mês de maio, quando a sensação de maior segurança foi relatada por 42,6% dos entrevistados. No outro extremo, 9,3% afirmaram que estão menos seguros. A percepção de insegurança caiu 0,5 p.p em relação a maio. Por outro lado, 37,2% sentem-se iguais ao ano passado e 7,2% estão desempregados.

Percepção de segurança em relação ao emprego atual, em %.

Maior parte dos entrevistados se sentem mais seguros em relação ao emprego atual



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Em famílias com rendimentos de até 10 SM, 46,3% relatam se sentir mais seguras. A percepção de maior segurança cresceu 4,8 p.p na passagem do mês. Por outro lado, 8% estão menos seguras. A percepção de insegurança caiu 0,7 p.p. Por outro lado, 36,7% relatam sentirem-se igualmente seguras em comparação ao ano passado.

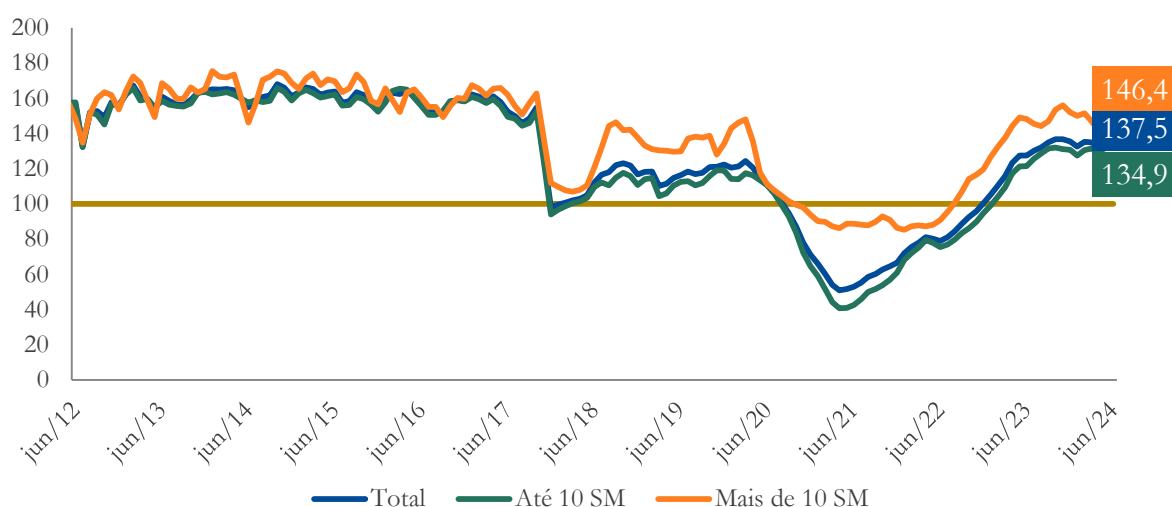
Entre as famílias mais ricas, 46,4% relataram se sentir mais seguras; 38,8% relataram se sentir iguais ao ano passado, e 10,2% estão se sentindo menos seguros. Em comparação com o mês de maio deste ano, essas percepções permaneceram estáveis.

Satisfação com a renda atual

A satisfação das famílias em relação à renda atual cresceu 2,5% em junho, chegando a 137,5 pontos, o maior nível em seis anos. A satisfação é 13,4% maior em comparação com o período pré-pandemia (fevereiro de 2020), quando o índice era de 121,3 pontos. Em comparação com o mesmo mês do ano anterior, o indicador cresceu 7,8%.

Série histórica da satisfação com a renda atual.

A satisfação com a renda atual é a maior em seis anos.



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

O crescimento de 2,5% no mês foi influenciado pela alta de 3,6% na satisfação entre as famílias que ganham mais de 10 SM (146,4 pontos). Em maio, a satisfação com a renda nesse grupo tinha permanecido estável. Entre as famílias que ganham até 10 SM, o nível de satisfação cresceu 2,1%, chegando a 134,9 pontos – segundo mês consecutivo de aumento.

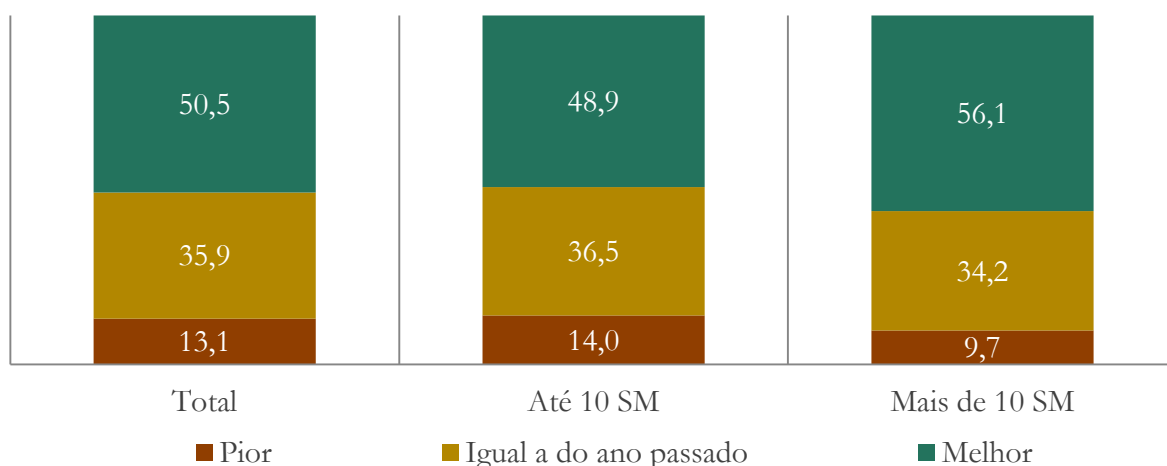
Frente a junho de 2023, a satisfação cresceu 7,8%, devido ao crescimento de 11% entre as famílias que ganham até 10 SM. Entre as famílias que ganham mais do que isso, a satisfação com a renda atual caiu 1,2% nesse comparativo.

Situação em relação à renda atual

Ao analisar as respostas dos entrevistados, observa-se que a maior parcela indicou que a renda atual está melhor (50,5%). A percepção de melhora cresceu 2,6 p.p no mês. Ao mesmo tempo, o percentual dos que declararam piora na renda caiu 0,6 p.p, representando 13,1% dos entrevistados. 35,9% dos entrevistados indicaram que a situação atual é semelhante à do ano passado.

Percepção da situação em relação à renda atual, em %.

A percepção de melhora em relação à renda atual cresceu 2,6 p.p. no mês.



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Entre as famílias que recebem até 10 SM, predomina a percepção de que a situação é melhor (percepção para 48,9% dos respondentes). A percepção de melhoria aumentou 2,2 p.p. na passagem do mês. Ao mesmo tempo, a percepção de piora caiu 0,5 p.p., chegando a 14% das famílias em junho. Por outro lado, 36,5% informaram que a renda está igual.

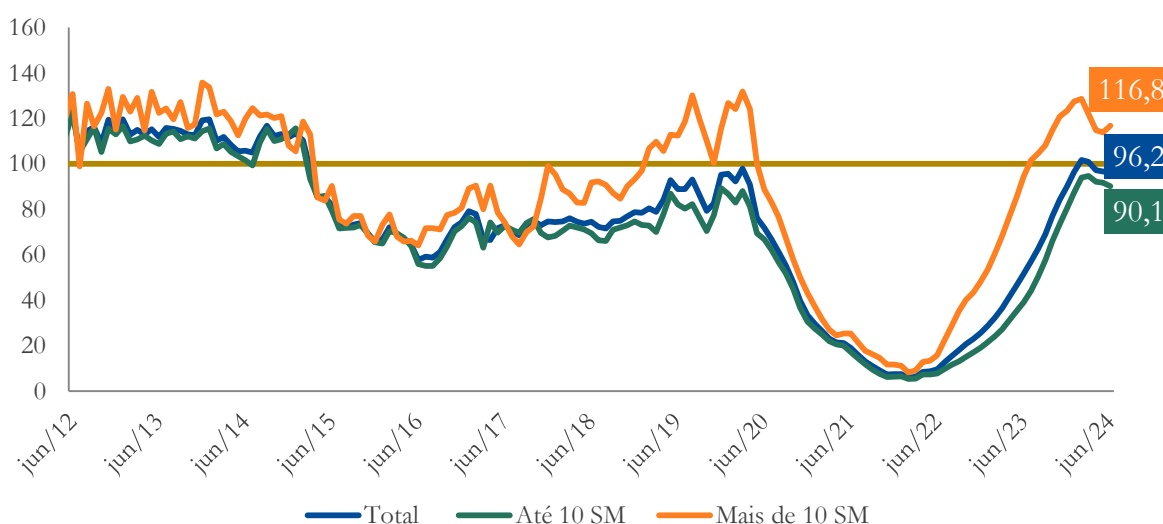
Para aqueles que recebem mais de 10 salários mínimos, a percepção de melhora na renda atual cresceu 4,1 ponto percentual, representando 56,1% das famílias. Enquanto isso, a percepção daqueles que notaram piora caiu 1%, totalizando 9,7% dos entrevistados. Aqueles que consideram que a situação permanece a mesma representam 34,2%, uma queda de 3 ponto percentual em relação a maio.

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

A satisfação com o nível de consumo atual segue caindo. Em junho, a queda foi de 0,5%, com o índice chegando a 96,2 pontos. Como resultado, os consumidores continuam insatisfeitos com seu nível de consumo. No entanto, ao considerar as faixas de renda, observa-se que apenas os mais ricos estão satisfeitos com o nível de consumo atual.

Série histórica da satisfação com o nível de consumo atual.

Somente as famílias mais ricas estão satisfeitas com o nível de consumo atual



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Houve queda na satisfação com o nível de consumo em ambas as faixas de rendas. Entre as famílias que recebem até 10 SM, o nível de satisfação com o consumo atual caiu 1,7%, chegando a 90,1 pontos no mês. Os que recebem mais de 10 SM continuam satisfeitos com o nível de consumo atual, e o indicador cresceu 2,6% no mês, chegando a 116,8 pontos.

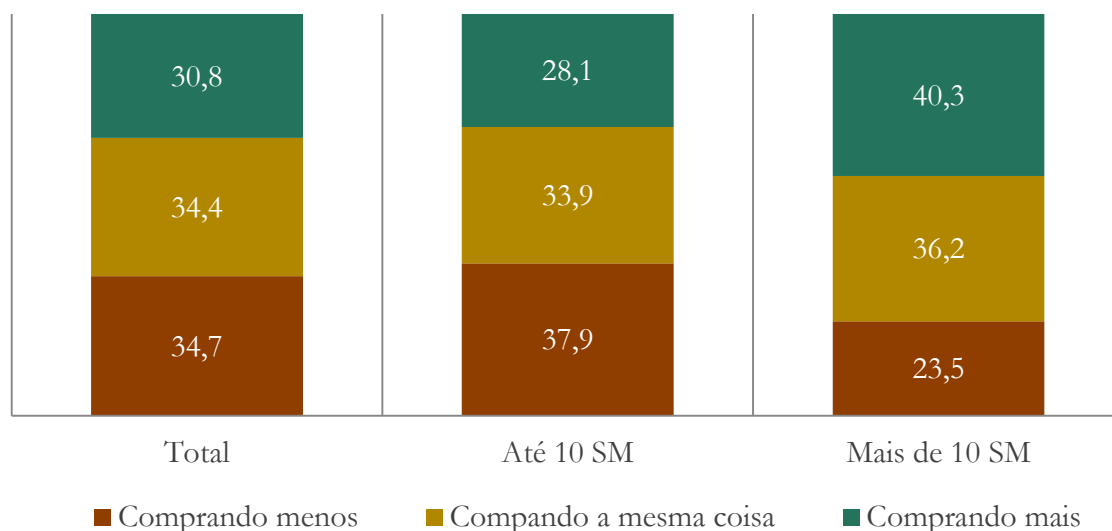
Percepção do nível de consumo atual

Para 34,7% das famílias entrevistadas, a percepção é de que o nível de consumo atual caiu. Comparado a maio, essa percepção cresceu 0,6 ponto percentual. Por outro lado, 34,4% dos consumidores afirmam que estão comprando a mesma coisa, uma redução de 0,6

ponto percentual no mês. Para 30,8% dos entrevistados, o nível de compras está maior, proporção que permaneceu estável no mês.

Percepção do nível de consumo atual, em %.

Cresce o percentual das famílias que relataram que estão consumindo menos.



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Nas famílias com renda até 10 SM, predomina a percepção de que estão comprando menos, com 37,9% tendo relatado essa percepção, essa percepção cresceu 0,8 p.p. no mês. Além disso, o percentual dos que relataram avanço nas compras caiu 0,7 p.p. e agora são 28,1%. O padrão de consumo do ano passado foi mantido por 33,9% das famílias.

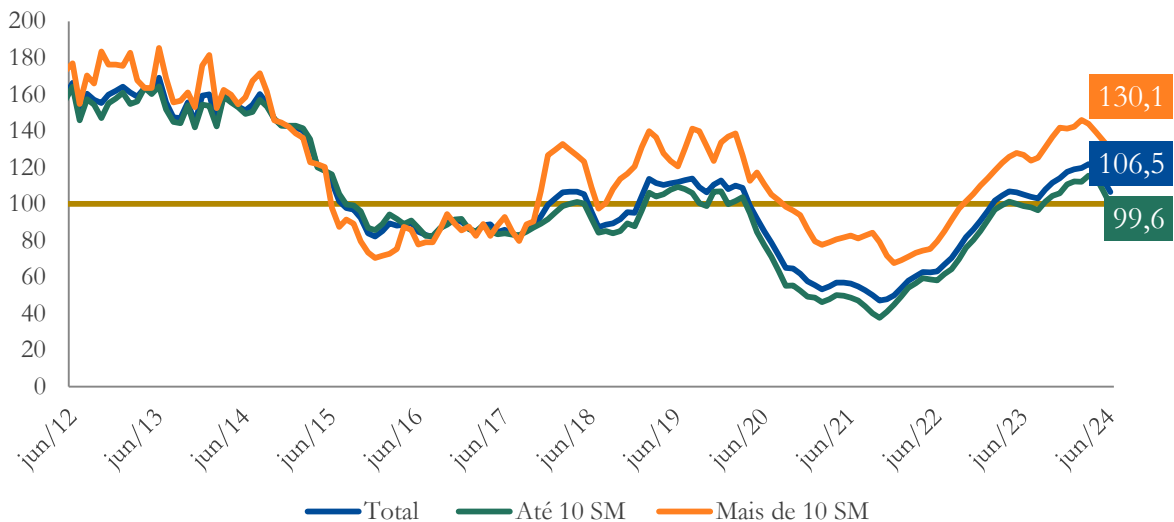
Nas famílias com renda acima de 10 SM, tem-se que 40,3% afirmam que estão comprando mais, aumento de 2,5 p.p. Em seguida, 36,2% relataram estar comprando a mesma coisa, queda de 2,1 p.p. A percepção de que o nível de compra é menor caiu 0,5, representando 23,5% dos consumidores.

Acesso ao crédito

A satisfação com o acesso ao crédito caiu 6,3% em junho, chegando a 106,5 pontos. Atualmente, o indicador está 37% abaixo do maior valor já registrado na série histórica, que foi de 169,1 pontos. Em relação a junho do ano passado, a satisfação aumentou 1,2%. Comparada a fevereiro de 2020 (pré-pandemia), a satisfação caiu 3,2%.

Série histórica da satisfação com o acesso ao crédito.

A satisfação com o acesso ao crédito caiu pelo terceiro mês consecutivo.



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

A queda de 6,3% no mês foi influenciada, principalmente, pela redução de 7,3% na satisfação entre as famílias que ganham até 10 SM (99,6 pontos). Com isso, as famílias que ganham menos passaram a ficar insatisfeitas com o acesso ao crédito. Entre as famílias que ganham mais de 10 SM, o nível de satisfação caiu 3,4%, chegando a 130,1 pontos.

Frente a junho de 2023, entretanto, a satisfação cresceu 1,2%, devido ao crescimento de 2,5% entre as famílias que ganham mais de 10 SM. Entre as famílias que ganham menos do que isso, a satisfação com o acesso ao crédito cresceu 0,7%.

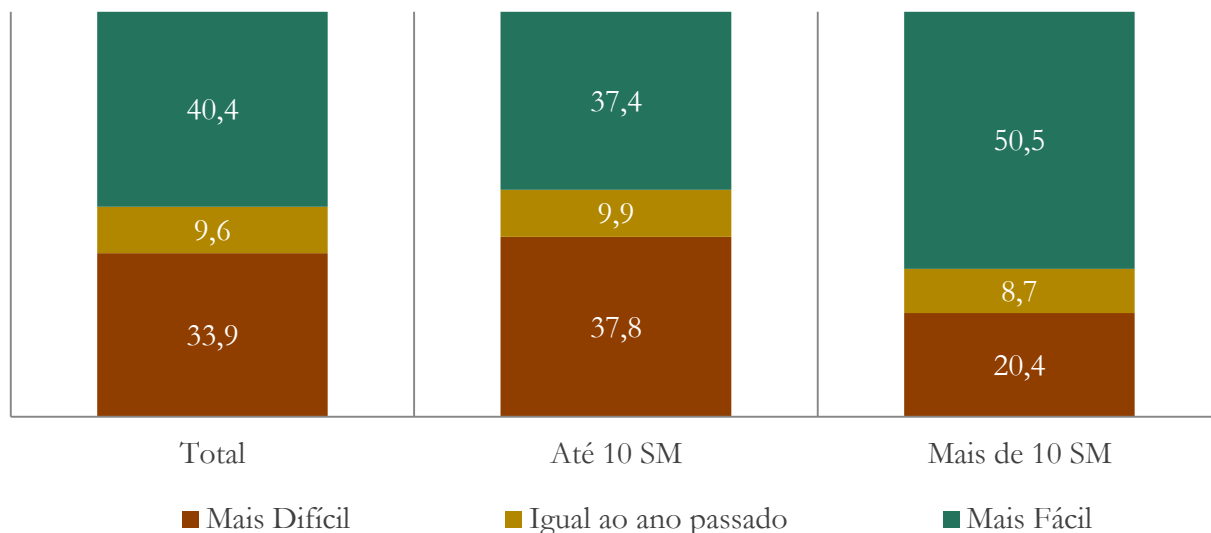
Percepção do acesso ao crédito

A proporção das famílias que acreditam que o acesso ao crédito está mais fácil recuou 3,8 p.p. em junho, representando 40,4% dos entrevistados. Em contrapartida, a proporção daqueles que acreditam que está mais difícil cresceu 3,3 p.p., totalizando 33,9% dos entrevistados. Os que acreditam que a situação é a mesma do ano passado representam 9,6% do total.

Entre os que recebem até 10 SM, 37,8% declaram que o acesso ao crédito está mais difícil, aumento de 3,7 p.p. no mês. Para 37,4% dos entrevistados dessa classe, está mais fácil. A percepção do aumento da facilidade caiu 4,2 p.p. no mês. Os que acreditam que a situação é a mesma do ano passado representam 9,9%.

Percepção do acesso ao crédito, em %.

37,8% das famílias acreditam que o acesso ao crédito está mais difícil.



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

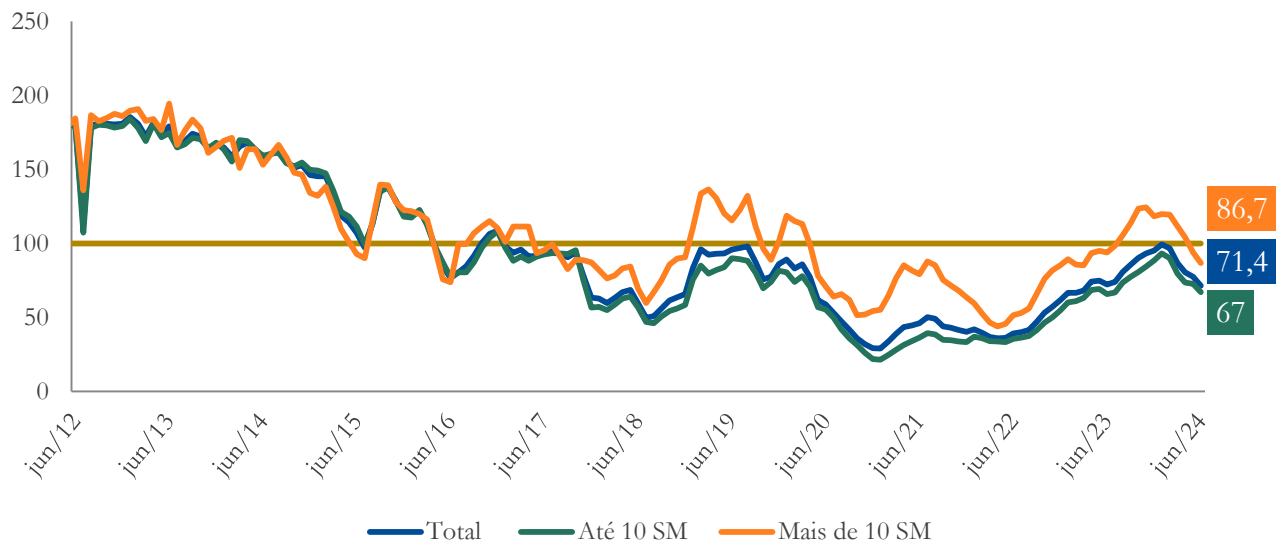
Entre aqueles que recebem mais de 10 salários mínimos, 50,5% declaram que o acesso ao crédito está mais fácil. Embora isso represente a maioria, houve uma deterioração nessa percepção, com uma queda de 2,6 pontos percentuais no último mês. Em contrapartida, houve aumento de dois p.p entre aqueles que acreditam que o acesso ao crédito está mais difícil, chegando a 20,4% dos entrevistados no mês.

Momento para compra de duráveis

O momento para compra de duráveis, indicador que mede a intenção de consumir bens duráveis, caiu 7,8% em junho, registrando 71,4 pontos. Frente a junho de 2023, entretanto, o indicador caiu 1,1%. Já em comparação com fevereiro de 2020, mês que precedeu a pandemia, o componente caiu 14,2%.

Série histórica do momento para compra de bens duráveis.

Queda do indicador foi mais intensa entre os que recebem até 10 SM.



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

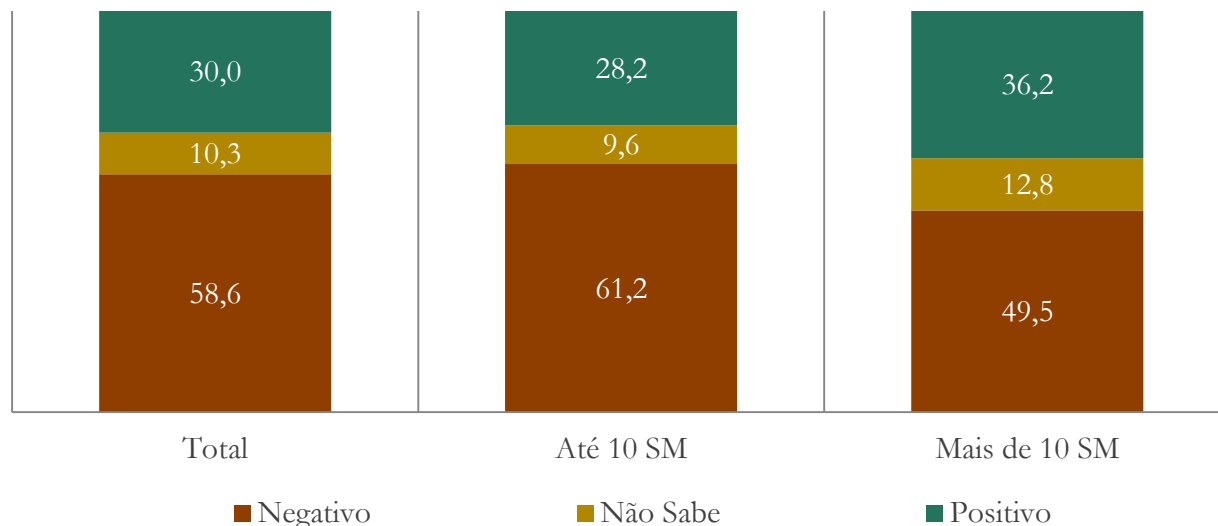
A satisfação com o momento para compra de duráveis caiu em ambas as faixas de renda, seguindo o indicador geral. Houve redução de 7,8% entre famílias de renda mais baixa e de 7,7% entre as mais ricas. Desta forma, em termos absolutos, os índices são de 67,0 e de 86,7 pontos, respectivamente.

Percepção do momento para compra de duráveis

Para 58,6% dos entrevistados, o momento para compra de bens duráveis é negativo. A percepção de que o momento é negativo cresceu 3,8 p.p. no mês. Por outro lado, a proporção dos que acreditam ser um momento positivo para essas compras caiu 2,7 p.p. representando 30% do total.

Percepção do momento de compra de bens duráveis

A percepção de que o momento para compras é negativo cresceu 3,3 p.p.



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Para 61,2% das famílias que recebem até 10 SM, tem-se a percepção de que o momento não é ideal para compras de bens duráveis. Essa percepção cresceu 3,2 p.p. no mês. Por outro lado, a proporção dos que acreditam ser um momento positivo para essas compras caiu 2,5 p.p. representando 28,2% do total.

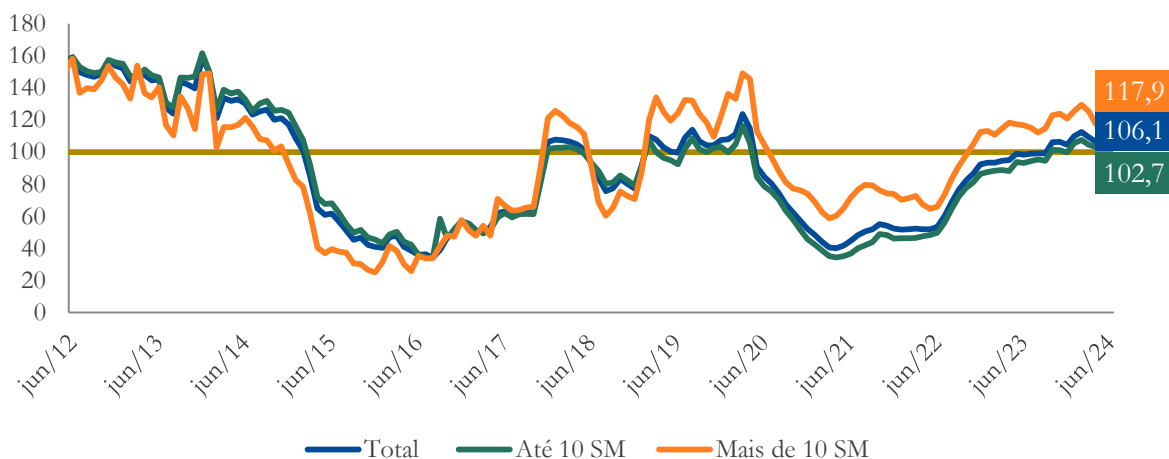
Entre os que recebem mais, 49,5% declaram que o momento para compra de duráveis é negativo, aumento de 3,6 p.p. no mês. Para 36,2% dos entrevistados dessa classe, o momento é positivo. Essa percepção também caiu 3,6 p.p. no mês.

PERSPECTIVAS: DE CONSUMO E PROFISSIONAL

A **perspectiva de consumo** cresceu 0,9%, chegando a 106,1 pontos no mês. O crescimento veio depois de três meses consecutivos de queda. O aumento foi influenciado principalmente pelo aumento de 3,1% entre as famílias que recebem mais de 10 SM. Entre as famílias que recebem até 10 SM, a perspectiva de consumo cresceu 0,1%. Em comparação com o mesmo mês do ano anterior, o indicador cresceu 7,8%, resultado da melhora de 10,3% da perspectiva das famílias que recebem até 10 SM.

Série histórica da perspectiva de consumo

Perspectiva de consumo volta a crescer depois de três meses de queda.



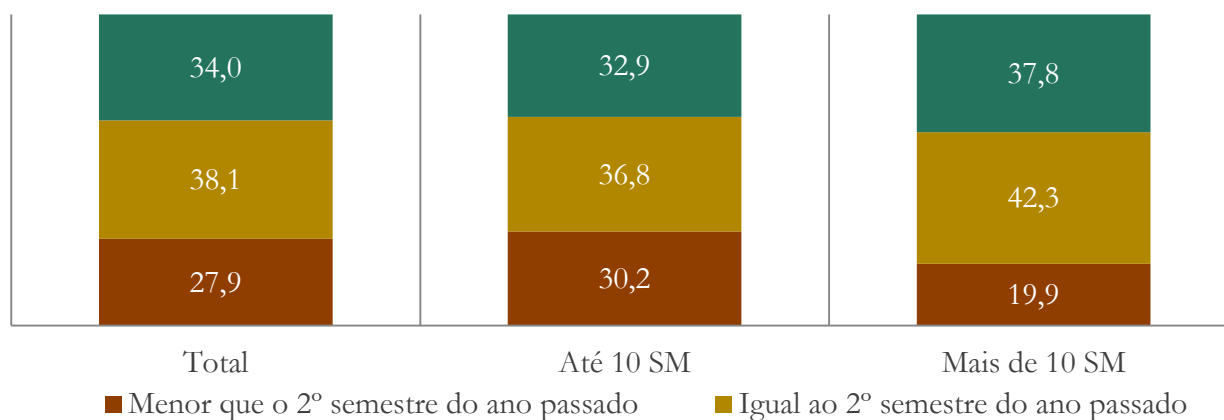
Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Para 38,1% dos entrevistados a perspectiva é de que as compras serão iguais ao segundo semestre do ano passado. Essa percepção cresceu 4,2 p.p na passagem do mês. Por outro lado, 34% acreditam que realizarão compras maiores, queda de 1,7 p.p. Para 27,9% das famílias, o nível de compras será menor.

Entre os que recebem até 10 SM, 36,8% dos entrevistados comprarão a mesma coisa do que antes, aumento de 4,7 pontos percentuais no mês. Por outro lado, 32,9% dos entrevistados comprarão mais, queda de 2,3 p.p no mês. Em contraste, 30,2% comprarão menos, queda de 2,4 p.p.

Perspectiva de consumo

A perspectiva de consumo é maior entre os que recebem mais de 10 SM.



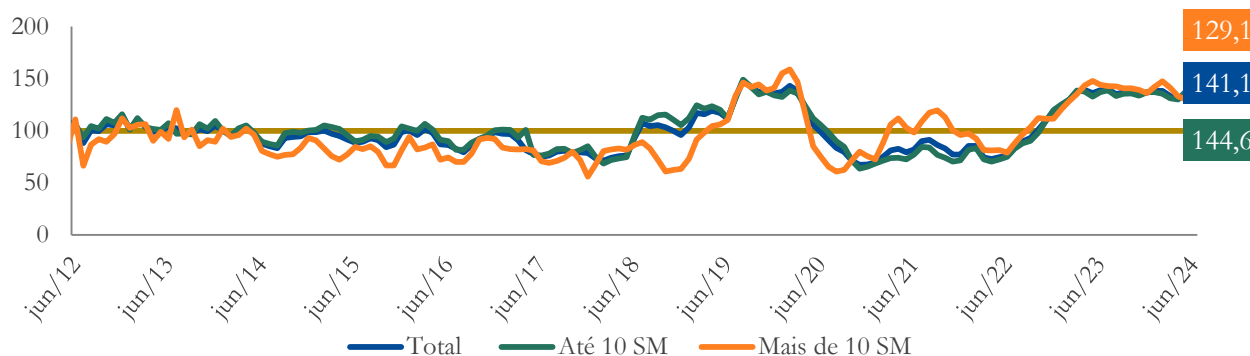
Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Entre os que recebem mais de 10 SM, 42,3% das famílias comprarão a mesma coisa do que antes, um aumento de 2,5 p.p. Por outro lado, 37,8% irão aumentar o nível de consumo, aumento de 0,6 ponto percentual. As compras serão menores para 19,9% dos entrevistados, proporção que caiu 3,1 p.p. em junho.

Perspectiva profissional

O indicador de **perspectiva profissional** cresceu 3,8% e alcançou 141,1 pontos em junho. Frente ao mesmo mês do ano anterior, o indicador cresceu 1,7%. Para as famílias com renda de até 10 salários mínimos, a perspectiva profissional cresceu 5,1% no mês. Em contraste, para aquelas com renda acima de 10 salários mínimos, a perspectiva recuou 0,8%.

Série histórica da perspectiva profissional



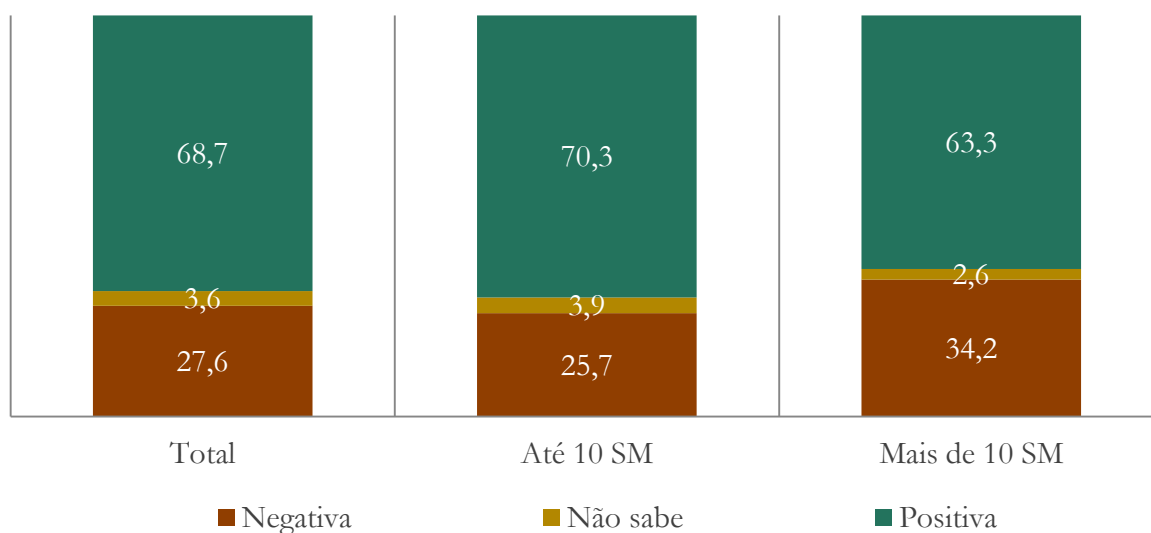
Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Para 65,8% das famílias, a perspectiva profissional é positiva. Essa percepção cresceu 2,9 p.p no mês. Por outro lado, para 27,6% dos entrevistados, as perspectivas para os próximos meses são negativas, representando um recuo de 2,3 p.p. no mês.

Na análise por faixas de renda, a perspectiva profissional das famílias segue o padrão consolidado. Entre as famílias com renda de até 10 SM, 70,3% estão com expectativas positivas, aumento de 3,8 p.p., enquanto 25,7% não estão confiantes, recuo de 3,2 p.p.

Perspectiva profissional

As perspectivas são positivas em ambas as faixas de renda.



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Entre os que recebem mais de 10 SM, observa-se um movimento mais significativo. Em maio, 63,3% das famílias têm perspectivas positivas, permanecendo estáveis no mês. Enquanto isso, as expectativas são negativas para 33,2% dos respondentes e 2,6% não sabem.

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 semiampitude máxima igual a 0,035, contivessem as verdadeiras frequências.