

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 2024

## INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CATARINENSES É A SEGUNDA MAIOR DO PAÍS

O índice cresceu 1,6%, atingindo 116,9 pontos – o melhor resultado para o mês de agosto em nove anos, ficando atrás apenas do Amazonas. O aumento da satisfação com a compra de bens duráveis e com o nível de consumo atual influenciou o bom resultado no mês.

Subindicador	Jul./24	Ago./24	Variação (%)		
			Mês/Mês anterior	Mês/Mês do ano anterior	Fev./20
<b>ICF</b>	<b>115,0</b>	<b>116,9</b>	<b>1,6</b>	<b>11,3</b>	<b>4,3</b>
<b>Momento atual</b>					
Emprego	141,6	141,7	0,1	15,9	14,7
Renda	142,8	143,3	0,4	8,5	18,2
<b>Condições de consumo</b>					
Nível de consumo atual	98,8	101,2	2,4	62	9,8
Acesso ao crédito	99,5	100,6	1,0	-2,4	-8,6
Momento para a compra de duráveis	71,8	80,3	11,9	-0,5	-3,5
<b>Perspectivas</b>					
Perspectiva profissional	143,7	142,6	-0,8	5,3	-0,4
Perspectiva de consumo	106,8	108,4	1,5	9,3	-2,4

Seis dos sete indicadores que compõe a ICF cresceram em agosto. A única queda ocorreu na perspectiva profissional (-0,8%). Mesmo assim, o índice permanece acima dos 100 pontos, indicando que as famílias estão satisfeitas com o futuro dos seus empregos.

A satisfação com o emprego cresceu pelo terceiro mês consecutivo, marcando 141,7 pontos – o maior nível para o mês em 10 anos. O nível de satisfação com a renda é o maior para o mês desde 2018. As condições de consumo estão melhores, principalmente em relação ao momento de compra para duráveis, que cresceu 11,9%. Após quatro meses de insatisfação, as famílias de SC voltaram a ficar satisfeitas com o nível de consumo atual, que cresceu 2,4% e levou o indicador a 101,2 pontos. A satisfação com o crédito voltou a crescer após quatro meses de queda. O aumento de 1% levou o índice aos 100,6 pontos, indicando que as famílias estão novamente satisfeitas com o acesso ao crédito. A perspectiva de consumo é a maior para o mês desde 2020.

No Brasil, a ICF recuou -0,1% em agosto, descontados os efeitos sazonais, mantendo uma tendência de queda. O recuo das perspectivas futuras influenciou o resultado do mês.

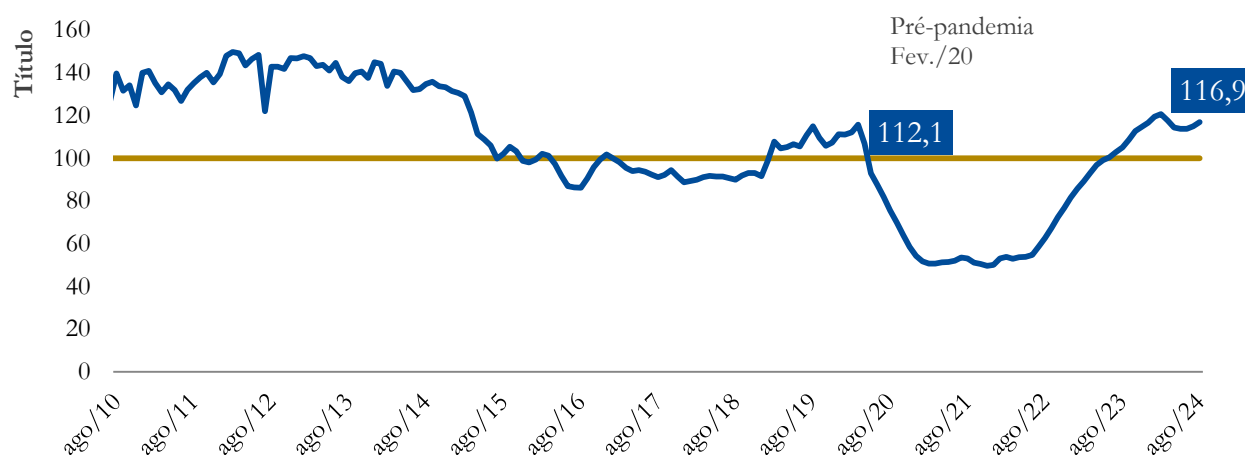
### Destaques no mês:

- Entre as faixas de renda, a intenção de consumo cresceu mais entre as famílias que recebem menos de 10 salários mínimos (1,7%);
- As famílias que ganham menos estão insatisfeitas com o acesso ao crédito, com o nível de consumo atual e com o momento para compra de bens duráveis;
- Apesar desse cenário, o nível de satisfação para o momento de compra de bens duráveis cresceu 13,8% entre as famílias que ganham menos – o maior alta no mês;
- As famílias mais ricas estão insatisfeitas somente com o momento de compra de bens duráveis;
- O nível de satisfação das famílias mais ricas com o acesso ao crédito caiu 2,5% no mês. Situação contrária entre as famílias mais pobres, cuja satisfação cresceu 2,4%;
- 51,5% das famílias estão se sentindo seguras em relação ao emprego atual. Essa percepção de segurança cresceu 0,9 ponto percentual no mês;
- Para 56,4% das famílias, a situação financeira está melhor. A percepção de melhora na renda cresceu mais entre os mais ricos;
- 35% das famílias relatam estar consumindo mais, mas essa percepção prevalece apenas entre as famílias mais ricas;
- O aumento de 2,4% da satisfação com o acesso ao crédito entre as famílias mais ricas foi o fator que influenciou o aumento geral da satisfação com o crédito no mês;
- A proporção das famílias que acreditam que o acesso ao crédito está mais fácil recuou 0,4 p.p. em agosto, representando 35,7% dos entrevistados;
- Apesar da satisfação com o momento de compra de bens duráveis ter crescido 11,9% no mês, mais da metade das famílias (54%) considera que o momento para compra desse tipo de bens é negativo.

A Intenção de Consumo das Famílias Catarinenses cresceu 1,6% e atingiu 116,9 pontos em agosto – a segunda maior do país, atrás apenas do Amazonas (123 pontos). Entre as faixas de renda, a intenção de consumo cresceu mais entre os mais ricos (1,7%). Em comparação com agosto de 2023, a intenção cresceu 11,3%, resultado do aumento de 14,9% na intenção de consumir entre as famílias que ganham menos. Entre as famílias com maior renda, a ICF cresceu 1,3% nesse comparativo.

### Intenção de consumo das famílias catarinenses

Índice segue acima da linha dos 100 pontos.



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

No Brasil, a intenção de consumo caiu 0,1% em agosto, descontados os efeitos sazonais, segundo resultado negativo consecutivo. O resultado é reflexo da piora na percepção da perspectiva profissional (-0,2%). Porém, resultado é amenizado pelo momento atual mais favorável para o acesso ao crédito (+0,6%)., conforme divulgado pela Confederação Nacional do Comércio.

### Variação Mensal



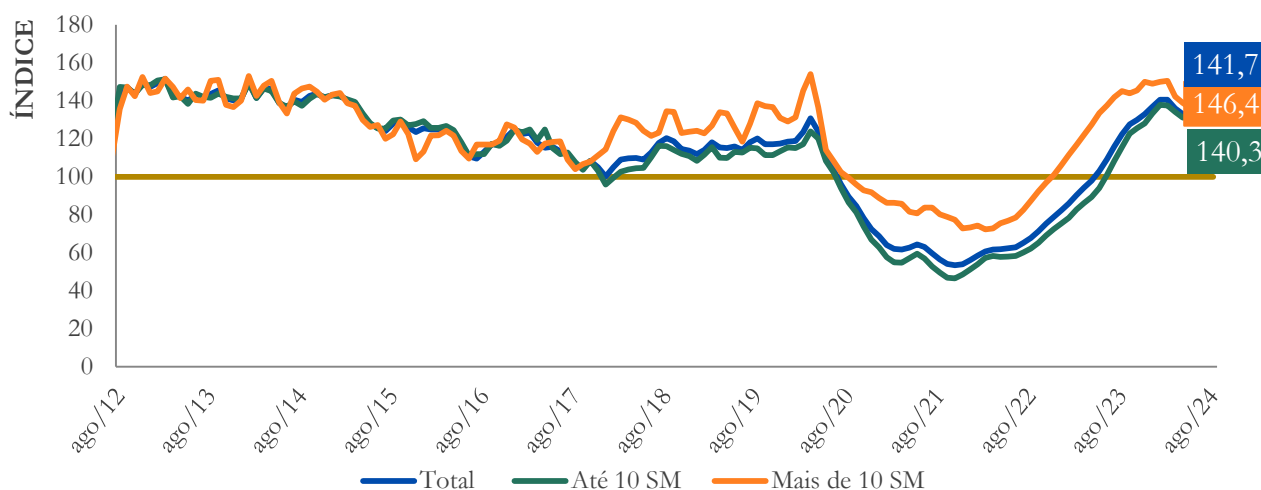
## MOMENTO ATUAL: EMPREGO E RENDA

### Satisfação com o emprego atual

A satisfação das famílias em relação ao emprego atual cresceu 0,1% após crescer 3,3% em julho, chegando a 141,7 pontos. Frente ao mês de agosto do ano passado, a satisfação cresceu 15,9%. A satisfação está 14,7% superior ao período da pré-pandemia (fevereiro de 2020).

### Série histórica da satisfação com o emprego atual.

A satisfação com o emprego atual cresceu 2,9% entre os que ganham mais.



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

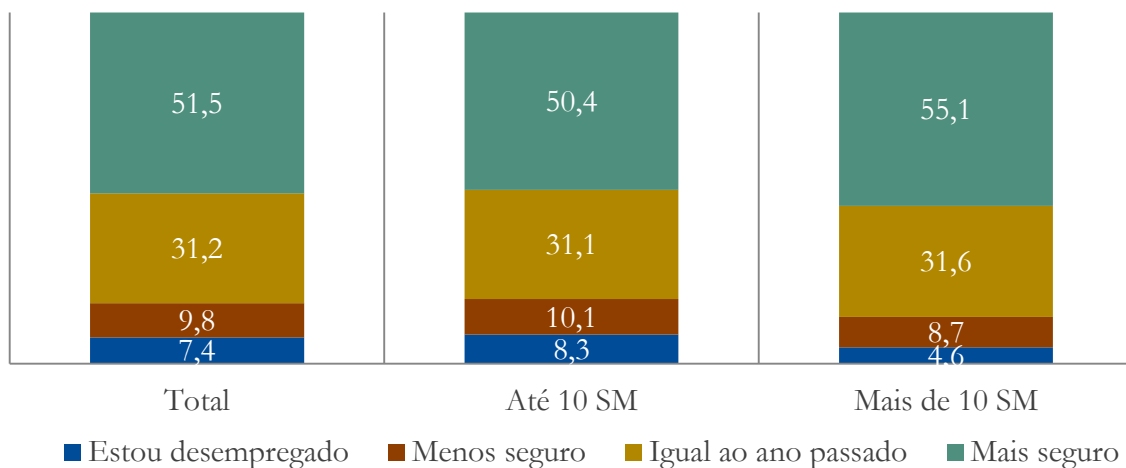
Entre as diferentes faixas salariais, a satisfação com o emprego atual é maior entre as famílias que ganham mais. Para os que ganham até 10 SM, houve um recuo de 0,7%, levando o indicador para 140,3 pontos. Em contraste, para aqueles com rendimentos superiores a 10 salários mínimos, a satisfação chegou a 146,4 pontos, registrando alta de 2,9% no período.

## Segurança em relação ao emprego atual

Considerando ambas as faixas de renda (categoria total no gráfico abaixo), 51,5% dos entrevistados dizem estar mais seguros em relação ao emprego atual. Essa percepção cresceu 0,9 ponto percentual em relação ao mês de julho, quando a sensação de maior segurança foi relatada por 50,6% dos entrevistados. No outro extremo, 9,8% afirmaram que estão menos seguros. A percepção de insegurança cresceu 0,8 p.p em relação a julho. Por outro lado, 31,2% sentem-se iguais ao ano passado e 7,4% 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, 50,4% relatam se sentir mais seguras. A percepção de maior segurança caiu 0,1 p.p na passagem do mês. Por outro lado, 10,1% estão menos seguras. A percepção de insegurança cresceu 1 p.p. Por outro lado, 31,1% relatam sentirem-se igualmente seguras em comparação ao ano passado.

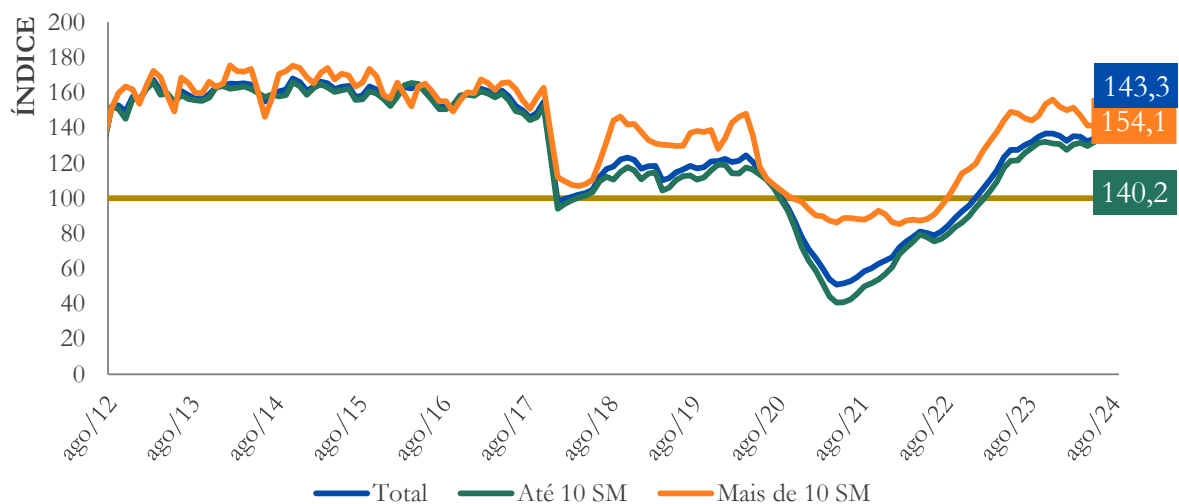
Entre as famílias mais ricas, 55,1% relataram se sentir mais seguras; 31,6% relataram se sentir iguais ao ano passado, e 4,6% estão se sentindo menos seguros. Em comparação com o mês de julho deste ano, a percepção de insegurança permaneceu estável, enquanto a percepção de segurança com emprego atual cresceu 4,1 p.p.

## Satisfação com a renda atual

A satisfação das famílias em relação à renda atual cresceu 0,4% em agosto, chegando a 143,3 pontos. O nível de satisfação com o nível de renda é o maior para o mês desde 2018. A satisfação é 18,2% 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 8,5%.

### Série histórica da satisfação com a renda atual.

O nível de satisfação com o nível de renda é o maior para o mês desde 2018.



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

O crescimento de 0,4% no mês foi influenciado pela alta de 0,7% na satisfação entre as famílias que ganham mais de 10 SM (154,1 pontos). Em julho, a satisfação com a renda nesse grupo tinha sido de 153,1 pontos. Entre as famílias que ganham até 10 SM, o nível de satisfação cresceu 0,3%, chegando a 140,2 pontos – quarto mês consecutivo de aumento.

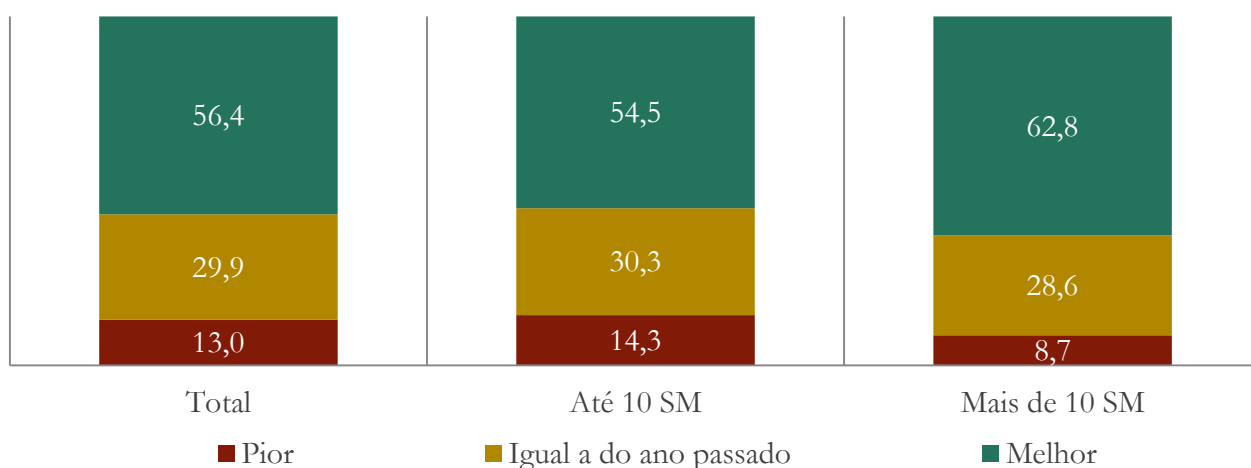
Frente a agosto de 2023, a satisfação cresceu 18,2%, devido ao crescimento de 9% entre as famílias que ganham até 10 SM. Entre as famílias que ganham mais do que isso, a satisfação com a renda atual cresceu 6,9% nesse comparativo.

## 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 (56,4%). A percepção de melhora cresceu 0,9 p.p no mês. Ao mesmo tempo, o percentual dos que declararam piora na renda cresceu 0,3 p.p, representando 13% dos entrevistados. 29,9% dos entrevistados indicaram que a situação atual é igual à do ano passado.

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

A percepção de melhora em relação à renda atual cresceu 0,9 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 54,5% dos respondentes). Essa percepção aumentou 0,8 p.p. na passagem do mês. Ao mesmo tempo, a percepção de piora cresceu 0,4 p.p., chegando a 14,3% das famílias em agosto. Por outro lado, 30,3% informaram que a renda está igual.

Para aqueles que recebem mais de 10 salários mínimos, a percepção de melhora na renda atual cresceu 1 ponto percentual, representando 62,8% das famílias. Enquanto isso, a percepção daqueles que notaram piora permaneceu estável em 8,7%. Aqueles que consideram que a situação permanece a mesma representam 28,6%, uma queda de 1 ponto percentual em relação a julho.

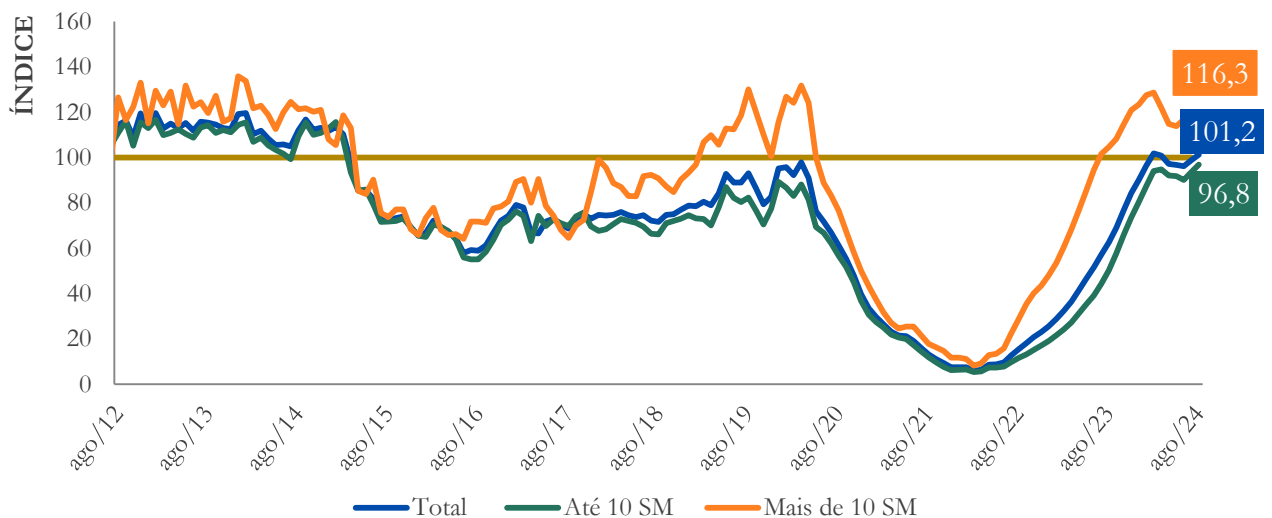


## CONDIÇÕES DE CONSUMO: NÍVEL DE CONSUMO, ACESSO AO CRÉDITO E MOMENTO PARA DURÁVEIS.

A satisfação com o nível de consumo atual voltou a ficar acima da linha dos 100 pontos, após 4 meses abaixo dela. Ao crescer 2,4%, o índice chegou a 101,2 pontos, o melhor resultado para o mês em nove anos. Considerando-se 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.

A satisfação com o nível de consumo atual cresceu apenas entre as famílias que ganham menos. Entre essas famílias, o nível de satisfação com o consumo atual cresceu 3,4%, chegando a 96,8 pontos no mês. Entre os que recebem mais de 10 SM, a satisfação com esse indicador caiu 0,4%, levando o índice aos 116,3 pontos em agosto.

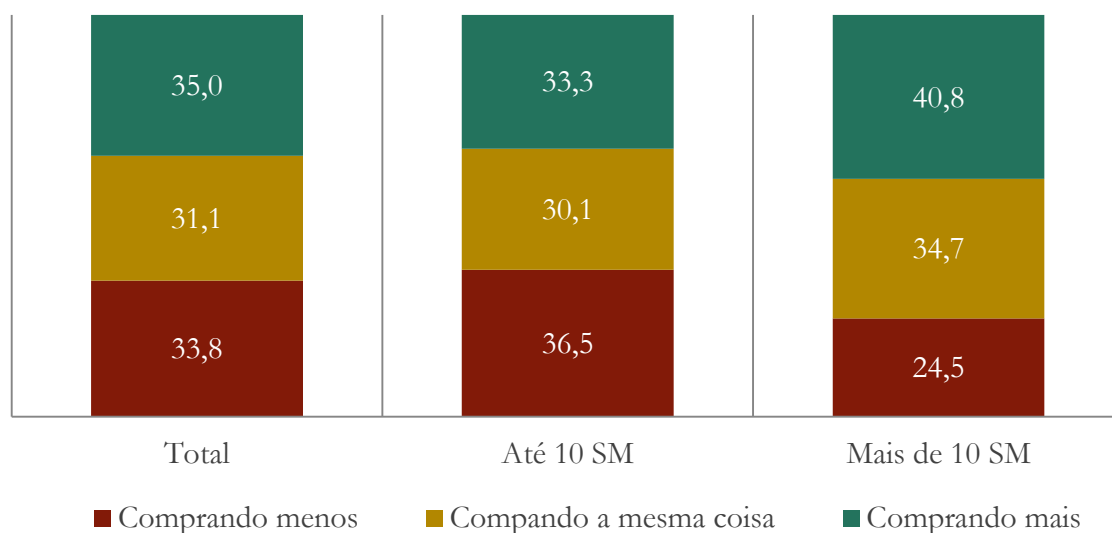
### Percepção do nível de consumo atual

Para 35% das famílias entrevistadas, a percepção é de que o nível de consumo atual cresceu. Comparado a julho, essa percepção cresceu 1,7 ponto percentual. Por outro lado, 31,1% dos consumidores afirmam que estão comprando a mesma coisa, uma redução de 0,8

ponto percentual no mês. 33,8% dos entrevistados, o nível de compras está menor, proporção que caiu 0,7 p.p. no mês.

### Percepção do nível de consumo atual, em %.

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



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 36,5% tendo relatado essa percepção. Essa percepção caiu 1,1 p.p. no mês. Além disso, o percentual dos que relataram avanço nas compras cresceu 2,1 p.p. e agora são 33,3%. O padrão de consumo do ano passado foi mantido por 30,1% das famílias.

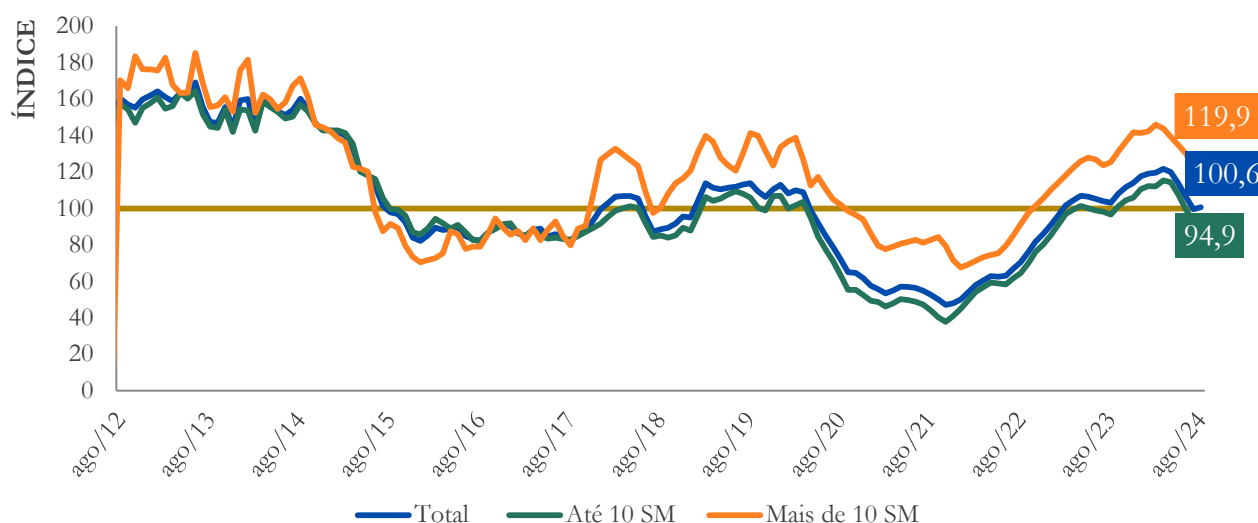
Nas famílias com renda acima de 10 SM, tem-se que 40,8% afirmam que estão comprando mais, situação que permaneceu estável na passagem do mês. Em seguida, 34,7% relataram estar comprando a mesma coisa, queda de 0,5 p.p. A percepção de que o nível de compra é menor cresceu 0,5 p.p, representando 24,5% dos consumidores.

### Acesso ao crédito

A satisfação com o acesso ao crédito cresceu 1% em agosto após cair 6,5% em julho, chegando a 100,6 pontos. Com esse aumento, as famílias catarinenses voltaram a ficar satisfeitas com o acesso ao crédito. Em relação a agosto do ano passado, entretanto, a satisfação caiu 2,4%. Comparada a fevereiro de 2020 (pré-pandemia), a satisfação caiu 3,5%.

### Série histórica da satisfação com o acesso ao crédito.

Famílias catarinenses voltaram a ficar satisfeitas com o acesso ao crédito.



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

O aumento de 1% no mês foi influenciado, principalmente, pela expansão de 2,4% na satisfação entre as famílias que ganham até 10 SM (94,9 pontos). Mesmo assim, as famílias que ganham menos permanecem insatisfeitas com o acesso ao crédito. Entre as famílias que ganham mais de 10 SM, o nível de satisfação caiu 2,5%, chegando a 119,9 pontos.

Frente a agosto de 2023, entretanto, a satisfação caiu 2,4%, devido à queda de 4,4% 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 caiu 1,7% nesse comparativo.

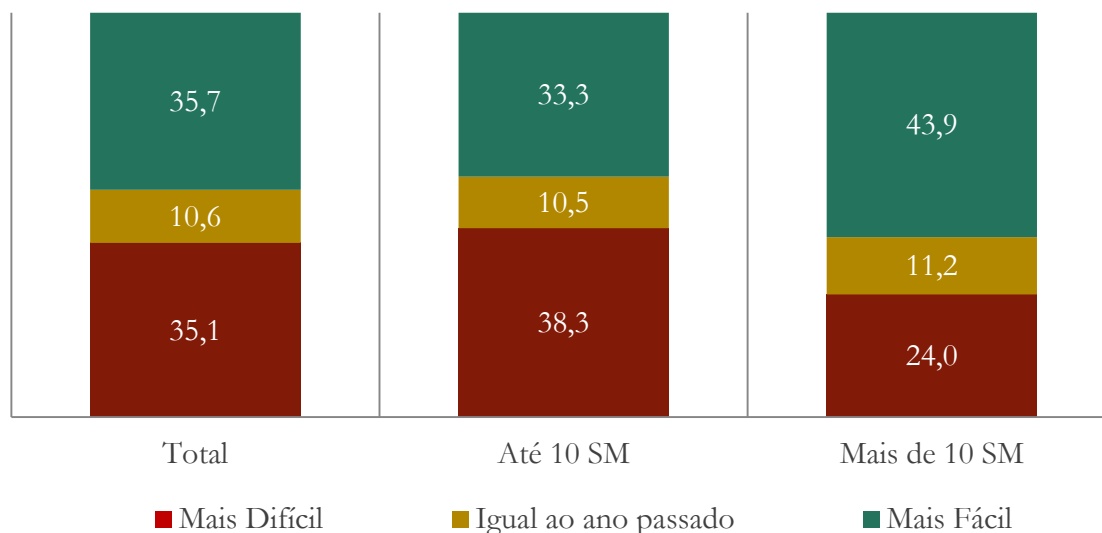
### Percepção do acesso ao crédito

A proporção das famílias que acreditam que o acesso ao crédito está mais fácil recuou 0,4 p.p. em agosto, representando 35,7% dos total. Ao mesmo tempo, a proporção daqueles que acreditam que está mais difícil caiu 1,5 p.p., totalizando 35,1% dos entrevistados. Os que acreditam que a situação é a mesma do ano passado representam 10,6%.

Entre os que recebem até 10 SM, 38,3% declaram que o acesso ao crédito está mais difícil, queda de 2,2 p.p. no mês. Para 33,3% dos entrevistados dessa classe, está mais fácil. A percepção do aumento da facilidade permaneceu estável. Os que acreditam que a situação é a mesma do ano passado representam 10,5%.

### Percepção do acesso ao crédito, em %.

35,7% das famílias acreditam que o acesso ao crédito está mais fácil.



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

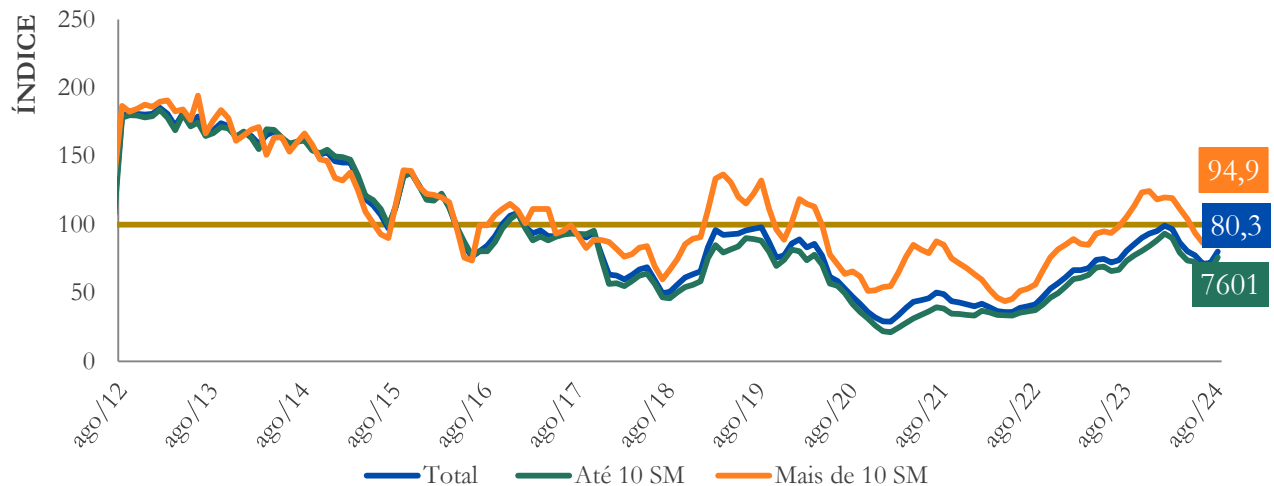
Entre aqueles que recebem mais de 10 salários mínimos, 43,9% declaram que o acesso ao crédito está mais fácil. Embora isso represente a maioria, houve uma deterioração nessa percepção, com uma queda de 2 pontos percentuais no último mês. Em contrapartida, houve aumento de 1 p.p entre aqueles que acreditam que o acesso ao crédito está mais difícil, chegando a 24% dos entrevistados no mês.

### Momento para compra de duráveis

O momento para compra de duráveis, indicador que mede a intenção de consumir bens duráveis, cresceu expressivos 11,9% em agosto, registrando 80,3 pontos. Frente a agosto de 2023, entretanto, o indicador caiu 0,5%. Já em comparação com fevereiro de 2020, mês que precedeu a pandemia, o componente caiu 3,5%.

### 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.

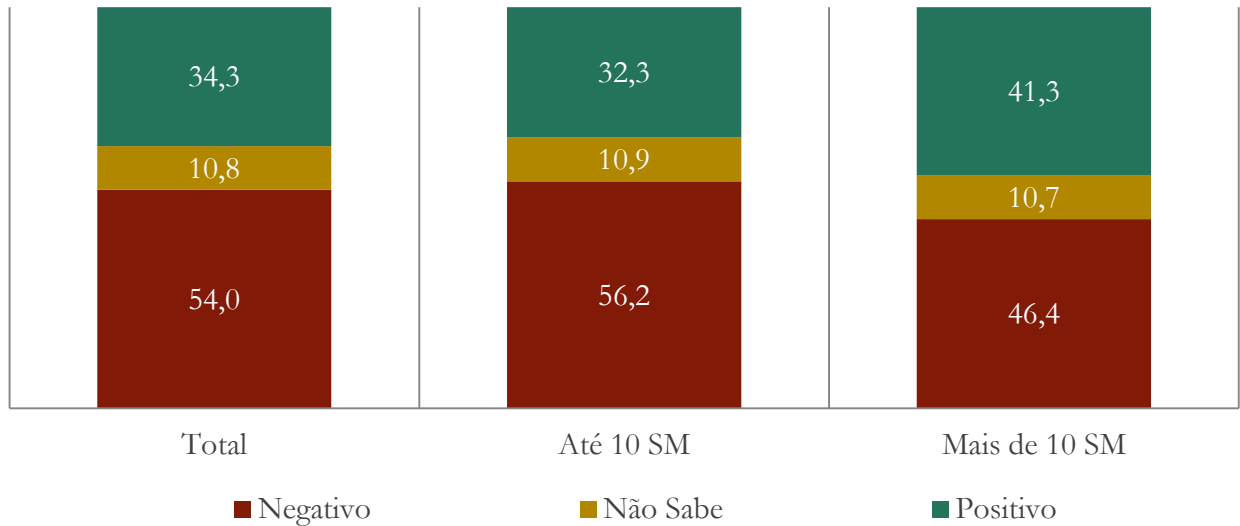
A satisfação com o momento para compra de duráveis cresceu em ambas as faixas de renda. Entre as famílias que ganham menos, a satisfação cresceu 13,8% no mês e 3,5% na comparação anual. Entre as famílias que ganham mais, a satisfação cresceu 6,9%, mas recuou 10,1% na comparação anual.

### Percepção do momento para compra de duráveis

Para 54% dos entrevistados, o momento para compra de bens duráveis é negativo. Apesar disso, a percepção de que o momento é negativo caiu 4,6 p.p no mês. Por outro lado, a proporção dos que acreditam ser um momento positivo para essas compras cresceu 3,9 p.p. representando 34,3% do total.

### Percepção do momento de compra de bens duráveis

A percepção de que o momento para compras é positivo cresceu 3,9 p.p.



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

Para 56,2% 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 recuou 5,2 p.p. no mês. Por outro lado, a proporção dos que acreditam ser um momento positivo para essas compras cresceu 4 p.p. representando 32,3% do total.

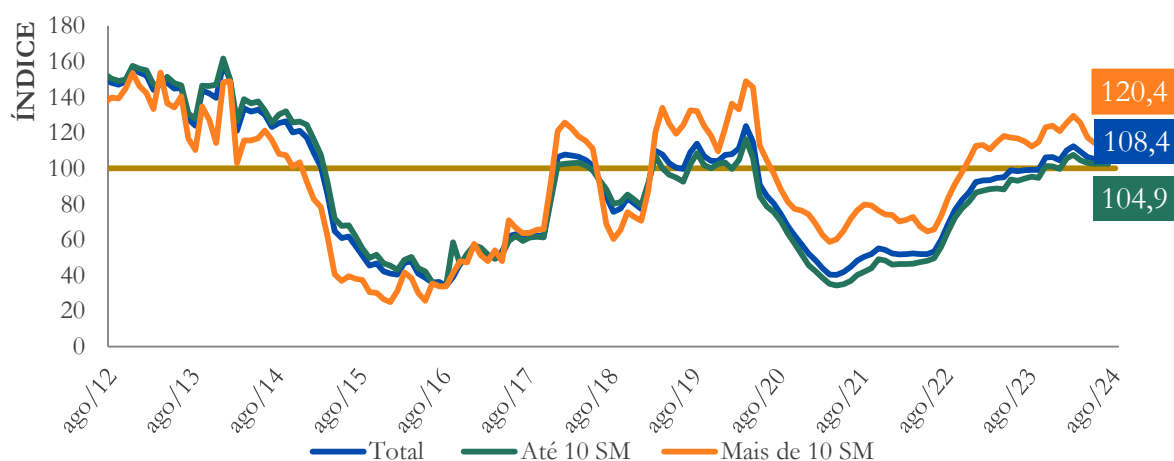
Entre os que recebem mais, 46,4% declaram que o momento para compra de duráveis é negativo, queda de 2,6 p.p. no mês. Para 41,3% dos entrevistados dessa classe, o momento é positivo, percepção que cresceu 3,6 p.p. em agosto.

## PERSPECTIVAS: DE CONSUMO E PROFISSIONAL

A **perspectiva de consumo** cresceu 1,5%, chegando a 108,4 pontos no mês. O aumento foi influenciado principalmente pelo avanço de 2,3% entre as famílias que recebem menos de 10 SM. Entre as famílias que recebem mais de 10 SM, a perspectiva de consumo recuou 0,8%. Em comparação com o mesmo mês do ano anterior, o indicador cresceu 9,3%, resultado da melhora de 9,9% da perspectiva das famílias que recebem até 10 SM.

### Série histórica da perspectiva de consumo

Perspectiva de consumo em maior entre as famílias que recebem mais de 10 SM.



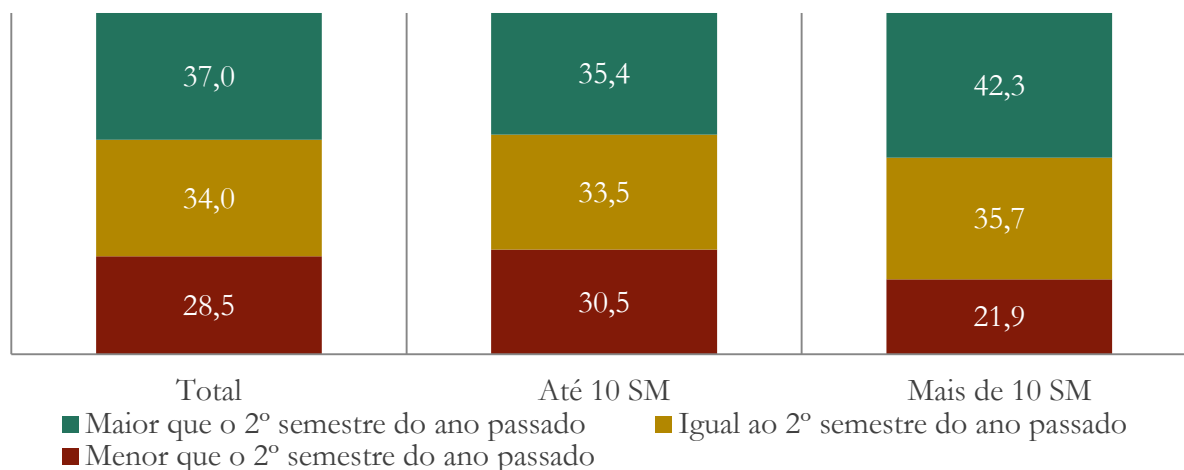
Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Para 37% dos entrevistados a perspectiva é de que as compras serão maiores em comparação com o segundo semestre do ano passado. Essa percepção caiu 2,7 p.p na passagem do mês. Por outro lado, 28,5% acreditam que realizarão compras menores, aumento de 1,1 p.p. Para 34% das famílias, o nível de compras será igual.

Entre os que recebem até 10 SM, 35,4% afirmam que as perspectivas é de que o consumo será maior, aumento de 3 pontos percentuais no mês. Por outro lado, 30,5% dos entrevistados afirmam que comprarão menos, aumento de 0,7 p.p no mês. Para 33,5% das famílias, o nível de consumo será o mesmo.

## Perspectiva de consumo

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



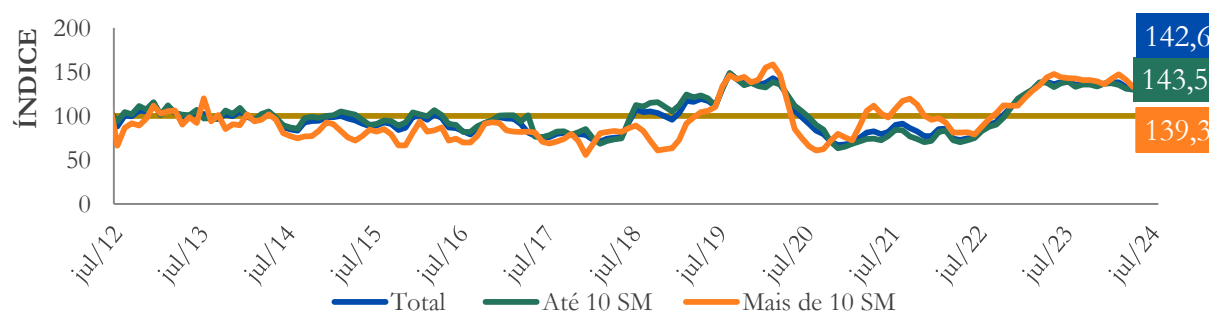
Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC com dados da CNC.

Entre os que recebem mais de 10 SM, 42,3% das famílias comprarão mais do que antes, um aumento de 1,5 p.p. Por outro lado, 35,7% irão comprar a mesma coisa, queda de 4,1 pontos percentuais. As compras serão menores para 21,9% dos entrevistados, proporção que cresceu 2,6 p.p. em agosto.

## Perspectiva profissional

O indicador de **perspectiva profissional** recuou 0,8%, levando o índice aos 142,6 pontos em agosto. Frente ao mesmo mês do ano anterior, o indicador cresceu 5,3%. Para as famílias com renda de até 10 salários mínimos, a perspectiva profissional caiu 2,6% no mês. Para aquelas com renda acima de 10 salários mínimos, a perspectiva aumentou 6,2%.

## Série histórica da perspectiva profissional



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

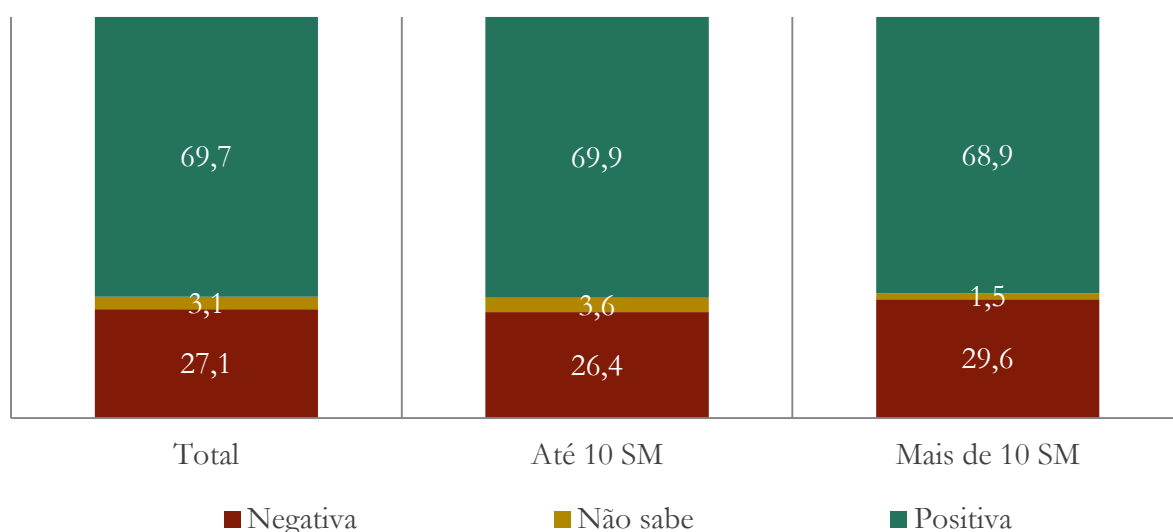


Para 69,7% das famílias, a perspectiva profissional é positiva. Essa percepção recuou 0,6 p.p no mês. Por outro lado, para 27,1% dos entrevistados, as perspectivas para os próximos meses são negativas, representando um aumento de 0,5 p.p. no mês.

Na análise por faixas de renda, a perspectiva profissional das famílias segue o padrão consolidado. Entre as famílias com renda de até 10 SM, 69,9% estão com expectativas positivas, recuo de 2 p.p., enquanto 26,4% não estão confiantes, aumento de 1,9 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 agosto, 68,9% das famílias têm perspectivas positivas, representando um aumento de 4,1 p.p. no mês. Enquanto isso, as expectativas são negativas para 29,6% dos respondentes e 1,5% 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 semiamplicude máxima igual a 0,035, contivessem as verdadeiras frequências.