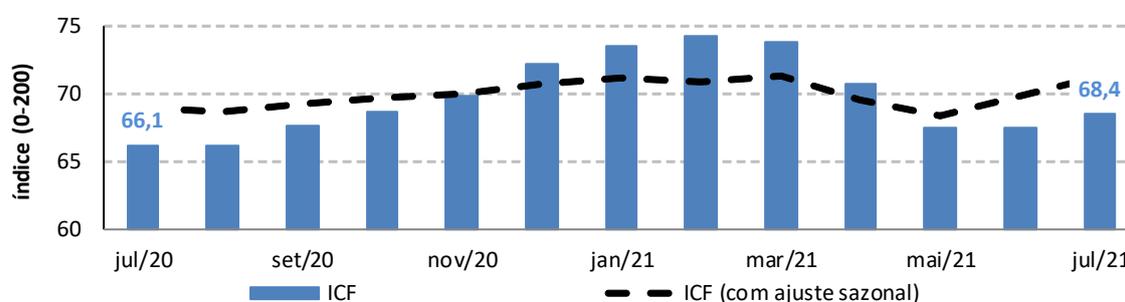


INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS SUPERA RESULTADO DO ANO ANTERIOR

A *Intenção de Consumo das Famílias* atingiu 68,4 pontos em julho, resultado melhor do que o obtido em julho de 2020, com o segundo crescimento mensal consecutivo (+2,0%). Assim como no mês anterior, todos os itens contribuíram com resultados positivos, principalmente o indicador de *Perspectiva de Consumo*, que cresceu +5,1% no mês. Esse avanço foi resultado da melhora nas condições de consumo, com redução do percentual de famílias que consideram seu consumo menor (59,0%) e crescimento ainda mais intenso do que no mês anterior (+4,7%), na percepção do momento para compra de duráveis

Intenção de Consumo das Famílias – Evolução do Índice



O indicador de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), apurado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), alcançou o patamar de 68,4 pontos em julho deste ano, o maior nível desde abril de 2021 (70,7 pontos). Com o ajuste sazonal, a série apresentou crescimento mensal de +2,0%, a segunda taxa positiva consecutiva. Além disso, este mês de julho foi melhor do que o de 2020, quando apresentou 66,1 pontos, apesar do índice ter permanecido abaixo do nível de satisfação (100 pontos), o que acontece desde abril de 2015 (102,9 pontos). Em relação a julho de 2020, houve elevação de +3,5%, a primeira taxa positiva desde março de 2020.

Índice	Jul/21	Varição Mensal*	Varição Anual
Emprego Atual	86,4	+0,1%	+1,5%
Perspectiva Profissional	77,0	+1,1%	+13,9%
Renda Atual	75,8	+2,5%	-3,9%
Acesso ao crédito	79,1	+0,3%	-4,3%
Nível de Consumo Atual	53,1	+2,2%	+7,5%
Perspectiva de Consumo	66,8	+5,1%	+11,1%
Momento para Duráveis	40,8	+4,7%	+4,6%
ICF	68,4	+2,0%	+3,5%

* Com ajuste sazonal

Na avaliação por faixa de renda, as famílias com ganhos acima de 10 salários mínimos revelaram nível de insatisfação de 85,6 pontos, com avanço mensal de +2,9% e anual de +13,1%. Para as famílias com renda abaixo de 10 salários mínimos, o indicador atingiu 64,8 pontos e representou insatisfação também desta parcela dos consumidores, já que o índice permaneceu abaixo dos 100 pontos. No mês, houve alta de +1,9%, enquanto na comparação anual cresceu +0,9%.

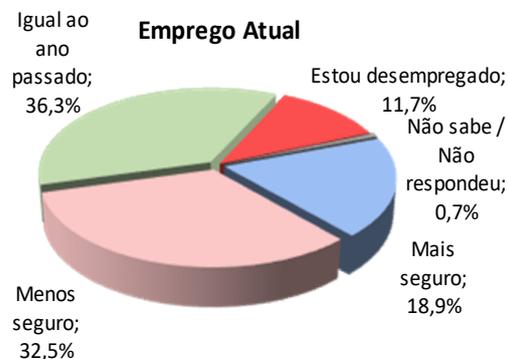
Índice	jul/21	Variação Mensal*	Variação Anual
Até 10 Salários Mínimos	64,8	+1,9%	+0,9%
Mais de 10 Salários Mínimos	85,6	+2,9%	+13,1%
ICF	68,4	+2,0%	+3,5%

Pelo critério regional, o Norte registrou a única queda mensal de julho (-2,3%), enquanto o Sul foi a região com maior oscilação positiva (+6,0%). As famílias do Sul também foram as mais confiantes (77,6 pontos), mesmo estando em nível insatisfatório; e as do Norte (57,0 pontos) foram as que apresentaram menor indicador. A maioria das regiões registrou alta na comparação anual, sendo o Norte com a taxa mais negativa (-16,4%) e o Nordeste com a mais positiva (+12,0%).

Região	jul/21	Variação Mensal*	Variação Anual
Norte	57,0	-2,3%	-16,4%
Nordeste	71,1	-0,0%	+12,0%
Centro-Oeste	66,5	+1,5%	+8,1%
Sudeste	67,9	+3,9%	+3,1%
Sul	77,6	+6,0%	-0,5%
Nacional	68,4	+2,0%	+3,5%

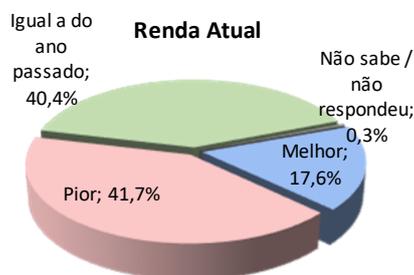
Momento Atual: Indicadores de curto prazo reforçam suas recuperações

A questão referente ao Emprego Atual mostrou que a maior parte dos entrevistados (36,3%) se sente tão segura com seu emprego quanto no ano passado, o maior percentual da série histórica e uma proporção maior do que no mês anterior (35,5%) e do que em julho de 2020 (32,2%). Em julho de 2021, a variação anual foi de +1,5% e houve crescimento mensal de +0,1%, o segundo consecutivo e o menor de julho.



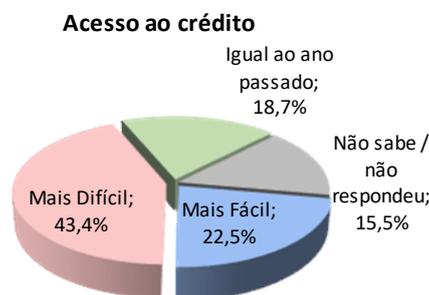
Acompanhando essa recuperação, o patamar atingido por este item (86,4 pontos) o manteve como o maior indicador da pesquisa em julho.

As avaliações em relação à Renda Atual demonstraram que a maioria das famílias considerou a renda pior do que no ano passado, com percentual de 41,7% ante 43,2% no mês anterior e 40,7% em julho de 2020, redução no mês e aumento no ano. Esse foi o menor percentual desde abril de 2021 (41,3%). Corroborando essa melhora na percepção das famílias, o item cresceu +2,5% em julho deste ano, continuando a tendência de crescimento do mês anterior de forma mais intensa, enquanto na comparação anual houve retração de -3,9%. Esses resultados levaram o indicador a alcançar 75,8 pontos em julho de 2021, o maior nível desde abril de 2021 (77,4 pontos).

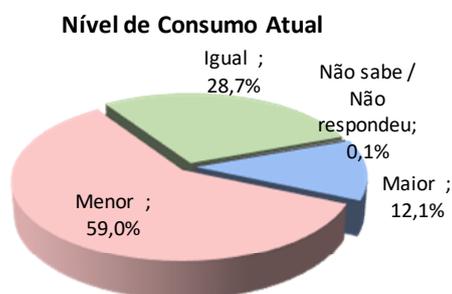


Condições de Consumo: Momento para Duráveis atinge maior patamar desde abril/21

Em relação ao Acesso ao Crédito, a proporção das famílias que acreditam que comprar a prazo está mais difícil aumentou para 43,4%, ante 43,1% no mês anterior e 43,4% em julho de 2020. Em julho de 2021, houve crescimento de +0,3% no item, o segundo consecutivo. Na comparação anual, houve recuo de -4,3%, a queda anual mais intensa de julho. Com isso, o indicador atingiu 79,1 pontos.



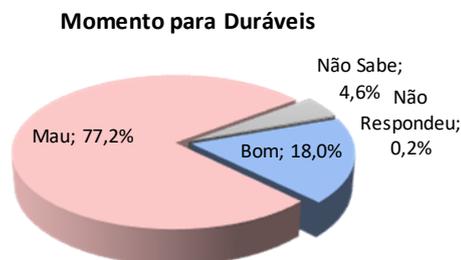
As famílias, em sua maioria, consideraram que, em julho de 2021, o Nível de Consumo Atual foi menor do que no ano passado (59,0%), ante 60,3% no mês anterior e 62,6% em julho de 2020. Esse foi o menor percentual desde março de 2021 (58,0%). Houve crescimento mensal de +2,2% neste item, o segundo



consecutivo. Enquanto na comparação com igual mês do ano anterior, a variação foi positiva em +7,5%. Com isso, o indicador alcançou o nível de 53,1 pontos, o maior patamar desde março de 2021 (56,0 pontos).

No Momento para Duráveis, a parcela de consumidores que acreditam ser um momento negativo para compras desse tipo de produto atingiu 77,2%, abaixo dos 77,7% observados no mês anterior e dos 78,0% em julho de 2020. Esse foi o menor percentual desde abril de 2021 (76,0%).

Além dessa melhora na percepção das famílias, o índice apresentou avanço mensal de +4,7%, o segundo consecutivo e mais intenso do que no mês anterior; e obteve crescimento de +4,6% na comparação anual. Com isso, o indicador atingiu o nível de 40,8 pontos, o menor índice da pesquisa no mês, mesmo sendo o maior patamar deste abril de 2021 (43,4 pontos).



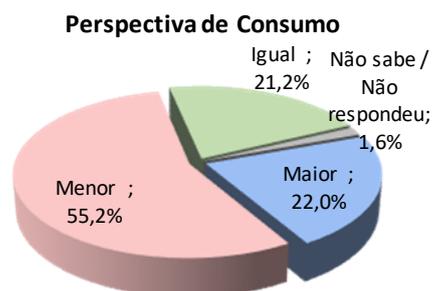
Perspectivas: Percepção de longo prazo mais positiva

A maior parte das famílias (56,5%) demonstrou uma Perspectiva Profissional negativa em julho deste ano, enquanto essa parcela foi de 57,0% no mês anterior e de 61,4%, em julho de 2020. O item obteve variação positiva de +1,1% em julho de 2021, o segundo crescimento consecutivo e mais intenso

do que no mês anterior. Em relação a igual mês do ano passado, houve crescimento de +13,9%, o resultado mais positivo do mês nessa comparação. Com a continuação das variações positivas, o item atingiu 77,0 pontos. Esse resultado revela maior confiança das famílias na melhora observada no mercado de trabalho, assim como a expectativa de que a tendência permaneça nos próximos seis meses.



Referente à Perspectiva de Consumo, a maioria das famílias acredita que vai consumir menos nos próximos três meses: 55,2%. Este percentual ficou abaixo dos 56,9% no mês anterior e dos 59,9% observados em julho de 2020. Esse foi o menor percentual desde março de 2021 (54,5%). O índice registrou crescimento mensal



de +5,1%, o segundo consecutivo e a maior taxa do mês, assim como aconteceu no mês anterior. Na comparação anual, o item também avançou (+11,1%), fazendo com que atingisse 66,8 pontos, o maior nível desde março de 2021 (68,5 pontos). A extensão do avanço na expectativa de consumir em julho demonstra que a melhora nas condições de consumo e a confiança no mercado de trabalho devem afetar positivamente o comportamento das famílias em relação ao consumo nos próximos três meses.

Conclusões:

A Intenção de Consumo das Famílias continuou apresentando crescimento em julho, pelo segundo mês consecutivo, ao considerar a série com ajuste sazonal. Com isso, o indicador atingiu um resultado melhor do que em julho do ano passado e alcançou o maior nível dos últimos três meses. Todos os subitens da pesquisa também renovaram o crescimento mensal do mês anterior.

A maior confiança das famílias na estabilidade da tendência positiva do mercado de trabalho, assim como a disponibilização do auxílio emergencial e uma maior parcela da população já vacinada, favoreceu as condições de consumo, o que levou o item de Nível de Consumo Atual ao maior patamar desde março de 2021 e a uma redução do percentual de famílias que consideram seu consumo menor do que no ano passado.

O Momento para Compra de Duráveis permaneceu como o menor indicador em julho; no entanto, alcançou o maior patamar desde abril de 2021 e obteve um crescimento mensal ainda mais intenso do que no mês anterior. Corroborando esse avanço, houve redução do percentual de famílias que acreditam ser um momento negativo para compras desse tipo de produto.

A expectativa das famílias é que esse ambiente econômico mais positivo percebido no curto prazo se prolongue para o longo prazo. Tanto que a Perspectiva de Consumo foi o item com maior crescimento no mês e revelou melhora na percepção das famílias em relação às compras futuras.

Sobre a pesquisa:

A pesquisa nacional de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) é um indicador antecedente que tem como objetivo antecipar o potencial das vendas do comércio. O indicador tem capacidade de medir, com alta precisão, a avaliação que os consumidores fazem dos aspectos importantes da condição de vida de suas famílias, tais como: capacidade de consumo atual e de curto prazo, nível de renda doméstico, condições de crédito, segurança no emprego atual e suas perspectivas.

Os resultados da ICF podem ser avaliados sob dois ângulos. O primeiro é o grau de satisfação e insatisfação dos consumidores, por meio de sua dimensão, já que o índice abaixo de 100 pontos indica uma percepção de insatisfação, enquanto acima de 100 (com limite de 200 pontos) indica o grau de satisfação em termos de seu emprego, renda e capacidade de consumo. O segundo ângulo é o da tendência desse grau de satisfação e insatisfação, por meio das suas variações mensais e anuais.

A pesquisa é composta por sete itens. Quatro deles – Emprego Atual, Renda Atual, Compra a Prazo e Nível de Consumo Atual – comparam a percepção do consumidor em relação a igual período do ano anterior. Os demais itens referem-se a perspectiva de melhoria profissional para os seis meses seguintes, expectativas de consumo para os três meses seguintes e avaliação do momento atual quanto à aquisição de bens duráveis.

Para o comércio, a ICF cumpre um papel altamente relevante, ao fundir as percepções pessoal e familiar, capturando informações em todas as unidades da Federação. Tais informações são obtidas com base em 18 mil questionários, analisados mensalmente. Outro fator que destaca a ICF ante outros indicadores antecedentes baseados na percepção do consumidor é o seu caráter de curto prazo. As avaliações do consumidor em relação ao futuro são tomadas em um horizonte que varia de três a seis meses.

Ajuste sazonal: sujeitas ao comportamento sazonal do nível de atividade do comércio e da atividade econômica em geral, as séries passaram a ser dessazonalizadas através do método de médias móveis centradas, permitindo a comparação mensal (mês sobre o mês anterior) dos componentes do ICF.