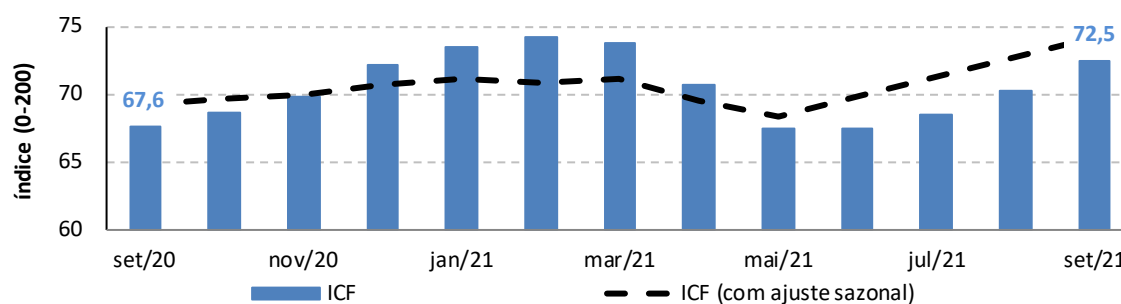


## INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CONTINUA EVOLUÇÃO COM CAUTELA

A *Intenção de Consumo das Famílias* atingiu 72,5 pontos em setembro, com crescimento mensal de +1,9%. O principal destaque positivo foi o indicador de *Perspectiva de Consumo*, que cresceu +3,7%. Esse avanço foi resultado da melhora no *Consumo Atual*, com o percentual de famílias que consideram seu consumo menor (55,7%) alcançando o menor nível desde maio de 2020. Contudo, o *Momento para Duráveis* apresentou a única queda do mês (-0,5%), enquanto o *Acesso ao Crédito* obteve a única queda na comparação anual (-0,1%)

### 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 72,5 pontos em setembro deste ano, o maior nível desde março de 2021 (73,8 pontos). Com o ajuste sazonal, a série apresentou crescimento mensal de +1,9%, a quarta taxa positiva consecutiva. Além disso, este mês de setembro foi melhor do que o de 2020, quando apresentou 67,6 pontos, apesar de o índice ter permanecido abaixo do nível de satisfação (100 pontos), o que acontece desde abril de 2015 (102,9 pontos). Em relação a setembro de 2020, houve elevação de +7,2%, a terceira taxa positiva seguida e a mais intensa do período.

Índice	set/21	Variação Mensal*	Variação Anual
Emprego Atual	89,5	+1,9%	+4,5%
Perspectiva Profissional	82,5	+3,3%	+9,7%
Renda Atual	78,9	+0,7%	+3,1%
Acesso ao crédito	81,1	+1,6%	-0,1%
Nível de Consumo Atual	57,6	+2,4%	+13,5%
Perspectiva de Consumo	74,8	+3,7%	+20,9%
Momento para Duráveis	43,0	-0,5%	+1,7%
<b>ICF</b>	<b>72,5</b>	<b>+1,9%</b>	<b>+7,2%</b>

\* Com ajuste sazonal

Na avaliação por faixa de renda, as famílias com ganhos acima de 10 salários mínimos revelaram nível de insatisfação de 90,1 pontos, com avanço mensal de +1,4% e anual de +16,9%. Para as famílias com renda abaixo de 10 salários mínimos, o indicador atingiu 68,8 pontos e representou insatisfação também desta parcela dos consumidores, já que o índice permaneceu abaixo dos 100 pontos. No mês, houve alta de +2,1%, enquanto na comparação anual cresceu +4,6%.

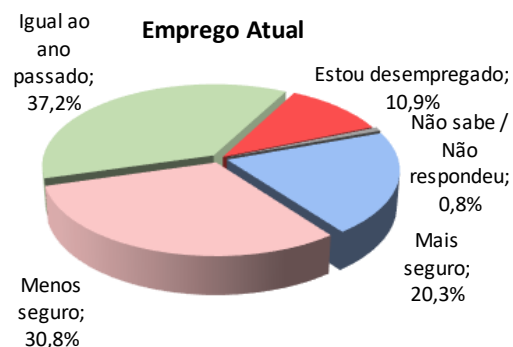
Índice	set/21	Variação Mensal*	Variação Anual
Até 10 Salários Mínimos	68,8	+2,1%	+4,6%
Mais de 10 Salários Mínimos	90,1	+1,4%	+16,9%
<b>ICF</b>	<b>72,5</b>	<b>+1,9%</b>	<b>+7,2%</b>

Pelo critério regional, o Norte registrou a única queda mensal de setembro (-1,9%), enquanto o Sudeste foi a região com maior oscilação positiva (+3,5%). As famílias do Sul foram as mais confiantes (82,3 pontos), mesmo estando em nível insatisfatório; e as do Norte (55,1 pontos), as que apresentaram menor indicador. A maioria das regiões registrou alta na comparação anual, sendo o Norte a única com taxa negativa (-19,1%) e o Sudeste com a mais positiva (+10,6%).

Região	set/21	Variação Mensal*	Variação Anual
Norte	55,1	-1,9%	-19,1%
Nordeste	72,4	+0,4%	+10,4%
Centro-Oeste	69,4	+1,4%	+5,2%
Sudeste	74,4	+3,5%	+10,6%
Sul	82,3	+0,8%	+7,7%
<b>Nacional</b>	<b>72,5</b>	<b>+1,9%</b>	<b>+7,2%</b>

### Momento Atual: Indicadores alcançam maior nível desde março de 2021

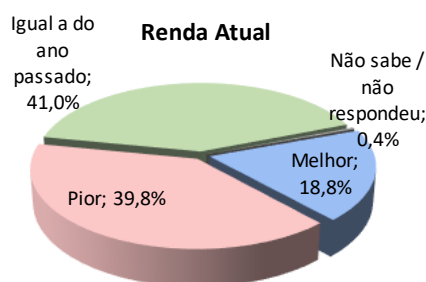
A questão referente ao Emprego Atual mostrou que a maior parte dos entrevistados (37,2%) se sente tão segura com seu emprego quanto no ano passado, o maior percentual da série histórica e uma proporção maior do que no mês anterior (37,0%) e do que em setembro de 2020 (32,6%). Em setembro de 2021, a variação anual foi



de +4,5%, e houve crescimento mensal de +1,9%, o quarto consecutivo e o mais intenso do período. Acompanhando essa recuperação, o patamar atingido por este item (89,5

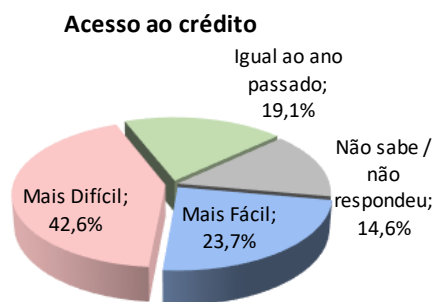
pontos) o manteve como o maior indicador da pesquisa em setembro, sendo também o maior nível desde março de 2021 (90,0 pontos).

As avaliações em relação à Renda Atual demonstraram que a maioria das famílias considerou seu nível de renda igual ao do ano passado, com percentual de 41,0% ante 41,5% no mês anterior e 38,4% em setembro de 2020. O item cresceu +0,7% em setembro deste ano, continuando a tendência de crescimento pelo quarto mês, enquanto na comparação anual houve aumento de +3,1%. Esses resultados levaram o indicador a alcançar 78,9 pontos em setembro de 2021, o maior nível desde março de 2021 (79,3 pontos).

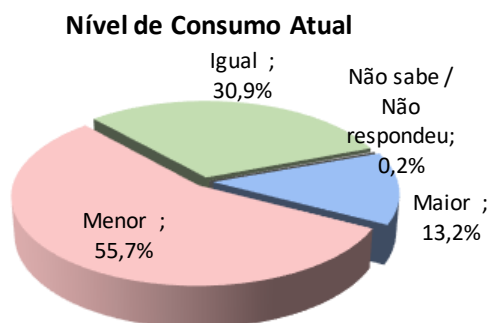


### Condições de Consumo: Nível de Consumo alcança maior nível desde maio de 2020

Em relação ao Acesso ao Crédito, a proporção das famílias que acreditam que comprar a prazo está mais difícil reduziu para 42,6%, ante 43,4% no mês anterior e 43,8% em setembro de 2020. Em setembro de 2021, houve crescimento de +1,6% no item, o quarto consecutivo e mais intenso do período. Na comparação anual, houve recuo de -0,1%, desacelerando em relação a queda do mês anterior, mas com a única retração anual de setembro. Com isso, o indicador atingiu 81,1 pontos, o maior nível desde abril de 2021 (83,1 pontos).

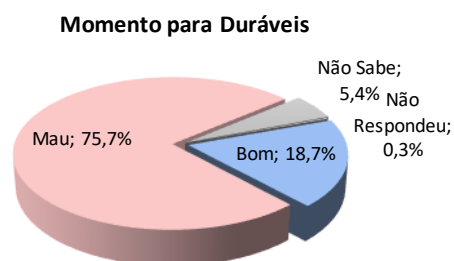


As famílias, em sua maioria, consideraram que, em setembro de 2021, o Nível de Consumo Atual foi menor do que no ano passado (55,7%), ante 57,4% no mês anterior e 61,9% em setembro de 2020. Esse foi o menor percentual desde maio de 2020 (53,3%). Houve crescimento mensal de +2,4% neste item, o quarto consecutivo. Enquanto na comparação com igual mês do ano anterior, a variação



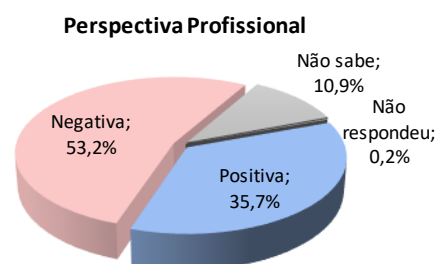
foi positiva em +13,5%. Com isso, o indicador alcançou o nível de 57,6 pontos, o maior patamar desde maio de 2020 (62,1 pontos).

No Momento para Duráveis, a parcela de consumidores que acreditam ser um momento negativo para compras desse tipo de produto atingiu 75,7%, abaixo dos 76,5% observados no mês anterior e dos 76,4% em setembro de 2020. Esse foi o menor percentual desde março de 2021 (74,1%). Apesar dessa melhora na percepção das famílias, o índice apresentou queda mensal de -0,5%, a única do mês; contudo, obteve crescimento de +1,7% na comparação anual. Com isso, o indicador atingiu o nível de 43,0 pontos, o menor índice da pesquisa no mês e também o maior indicador desde abril de 2021 (43,4 pontos).

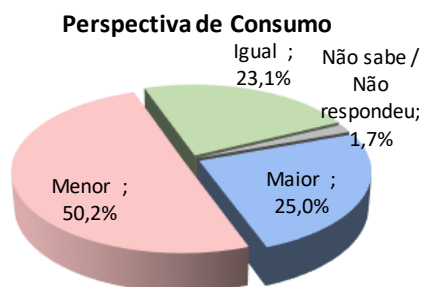


**Perspectivas: Perspectiva de Consumo alcança maior nível desde maio de 2020**

A maior parte das famílias (53,2%) demonstrou uma Perspectiva Profissional negativa em setembro deste ano, enquanto essa parcela foi de 55,1% no mês anterior e de 58,1%, em setembro de 2020. O item obteve variação positiva de +3,3% em setembro de 2021, o quarto crescimento consecutivo e o mais intenso do período. Em relação a igual mês do ano passado, houve crescimento de +9,7%. Com a continuação das variações positivas, o item atingiu 82,5 pontos, a maior pontuação desde abril de 2021 (84,4 pontos). Esse resultado revela maior confiança das famílias de que a tendência de melhora observada no mercado de trabalho permaneça nos próximos seis meses.



Referente à Perspectiva de Consumo, a maioria das famílias acredita que vai consumir menos nos próximos três meses: 50,2%. Este percentual ficou abaixo dos 52,7% no mês anterior e dos 58,6% observados em setembro de 2020. Esse foi o menor percentual desde abril de 2020 (39,5%). O índice registrou crescimento mensal de



+3,7%, o quarto consecutivo e a maior taxa do mês, assim como aconteceu nos meses anteriores. Na comparação anual, o item também avançou (+20,9%), sendo o resultado mais positivo do mês nessa comparação. Com isso, atingiu 74,8 pontos, o maior nível desde maio de 2020 (75,6 pontos). A extensão do avanço na expectativa de consumir em setembro demonstra que a maior cautela dos consumidores com o crédito não deve suprimir o consumo nos próximos meses.

### **Conclusões:**

A Intenção de Consumo das Famílias continuou sua trajetória de crescimento em setembro, pelo quarto mês consecutivo, ao considerar a série com ajuste sazonal. Com isso, o indicador atingiu um resultado melhor do que em setembro do ano passado e, também, alcançou o maior nível desde março de 2021.

Com as condições de consumo favorecidas pela maior parcela da população já vacinada, o item Nível de Consumo Atual alcançou o maior patamar desde maio de 2020, e o percentual de famílias que consideram seu consumo menor do que no ano passado atingiu o menor nível desde maio de 2020.

A expectativa das famílias é de que esse ambiente econômico mais positivo, percebido no curto prazo, se prolongue para o longo prazo. Tanto que a Perspectiva de Consumo foi novamente o item com maior crescimento no mês, alcançando o maior nível desde maio de 2020. O indicador revelou melhora da percepção das famílias em relação às compras futuras, cuja parcela negativa atingiu o menor patamar desde abril de 2020.

Apesar do resultado positivo, a recuperação econômica ainda não está garantida e possui pontos vulneráveis, gerando maior cautela das famílias. O aumento da inflação nos últimos meses reduziu o poder de compra dos consumidores, principalmente em itens duráveis, que obtiveram inflação acima do índice geral no último resultado. Com isso, o indicador de Momento para Compra de Duráveis apresentou a única queda do mês, mesmo estando em um patamar melhor do que em setembro do ano passado.

Para conter esse efeito inflacionário, o Banco Central começou uma trajetória de alta dos juros, o que afetou o índice de Acesso ao Crédito. A percepção de dificuldade de comprar a prazo até melhorou, no entanto, o item apresentou a única queda em relação ao resultado de setembro do ano passado.

Com isso, setembro revelou um resultado positivo, com as famílias confiantes no crescimento do mercado de trabalho e no seu potencial de compras futuras. Porém, as dificuldades ocasionadas pela maior inflação e taxas de juros já começam a exigir maior cautela das famílias no momento do consumo.

### **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 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 se referem 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.