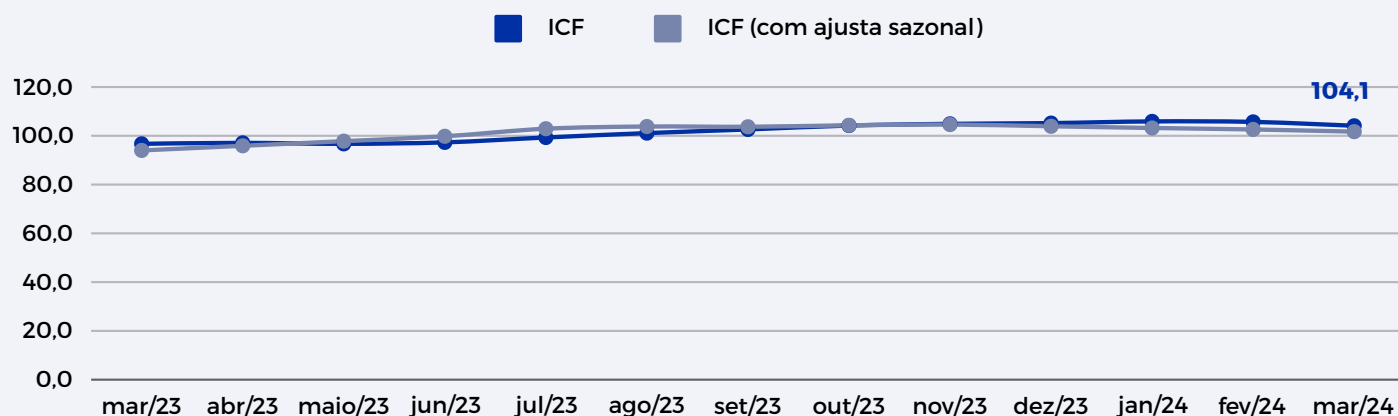


Edição Março 2024

## INTENÇÃO DE CONSUMO PERMANECE EM DESACELERAÇÃO

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) teve a quarta queda consecutiva (-0,8%), incentivada pela seletividade do crédito e desaceleração do mercado de trabalho, principalmente entre aquelas com menor renda e o público feminino.

### Intenção de Consumo das Famílias - Evolução do Índice



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) recuou -0,8% em março, descontados os efeitos sazonais, o quarto resultado negativo consecutivo e o mais intenso do período, com todos os componentes seguindo esse movimento de queda.

A continuação das variações anuais positivas mostra que há recuperação em relação aos anos anteriores; no entanto, vem desacelerando e foi a menor taxa desde março de 2022.

Essa tendência de baixa está atrelada ao perfil do mercado de crédito, que é amplamente utilizado para as famílias manterem seu padrão de consumo. As melhores taxas de juros para as pessoas físicas, alcançando o menor patamar em janeiro deste ano desde junho de 2022 (52,4%), estão sendo acompanhadas pela menor inadimplência dos consumidores (5,5%), retornando ao nível de julho de 2022.

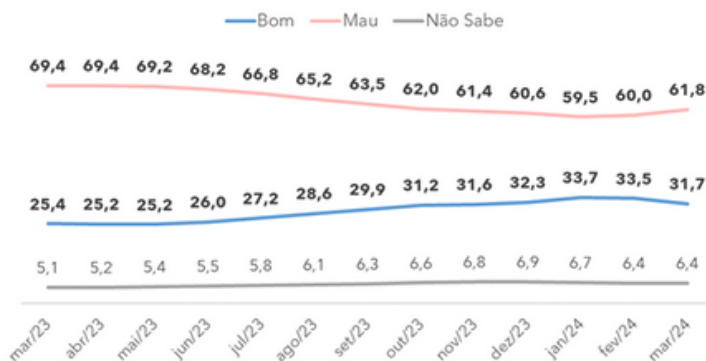
ÍNDICE	mar/24	Variação mensal*	Variação anual
Emprego atual	126,2	-0,9%	+4,8%
Renda atual	124,2	-0,3%	+10,4%
Nível de consumo atual	89,9	-0,3%	+11,9%
Perspectiva profissional	115,8	-0,4%	+2,2%
Perspectiva de consumo	108,3	-0,5%	+4,5%
Acesso ao crédito	94,6	-0,7%	+4,5%
Momento para duráveis	69,9	-2,2%	+24,8%
<b>ICF</b>	<b>104,1</b>	<b>-0,8%</b>	<b>+7,7%</b>

\* com ajuste sazonal

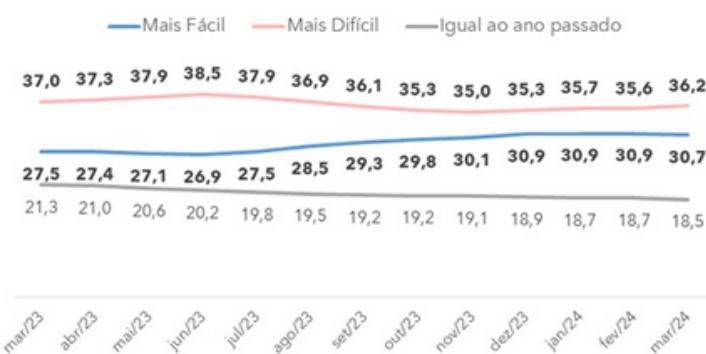
Contudo, apesar desses aspectos mais favoráveis, o saldo da carteira de crédito das pessoas físicas vem desacelerando no acumulado de 12 meses, mostrando menor oferta desses recursos. Mesmo com as famílias conseguindo arcar com suas dívidas atrasadas, as instituições financeiras encontram-se mais cautelosas no momento de conceder empréstimos, assim como os consumidores estão aproveitando para ajustar seus orçamentos, em vez de incrementar seu endividamento.

Os produtos duráveis, por possuírem maior valor agregado, são mais vulneráveis às condições de crédito. O item Momento para Duráveis – ICF teve a maior redução da sua taxa mensal (-2,2%), apesar de continuar apresentando o maior avanço anual de março (+24,8%). Pelo segundo mês seguido, houve aumento da proporção de famílias que consideram um mau momento para compra desses bens, obtendo a maior parcela desde outubro de 2023 (61,8%).

**Momento para Compra de Duráveis - ICF**



**Acesso ao Crédito - ICF**



O fato de o Acesso ao Crédito – ICF ter obtido a terceira maior queda mensal (-0,7%) corrobora a percepção de cautela das instituições financeiras ao fornecer crédito. Em março, 36,2% dos consumidores consideram que está mais difícil realizar compras a prazo, o maior percentual desde agosto de 2023.

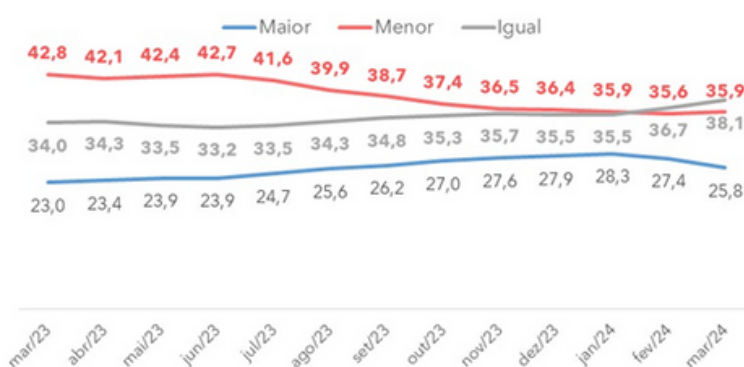
Outro fator que influencia o consumo é o mercado de trabalho, que obteve crescimento de 3,50% no estoque de funcionários no Brasil. Apesar da evolução, representa uma redução em relação ao avanço de 2022, que foi de 5,0%. Há quatro meses que o Emprego Atual – ICF vem tendo taxas negativas mensais, sendo o resultado de março o mais negativo do período (-0,9%). Em relação aos próximos meses, a Perspectiva Profissional vem apresentando queda mensal há mais tempo, oito meses, tendo também a taxa anual mais baixa de março (+2,2%).

**PERCEPÇÃO DO EMPREGO - ICF**



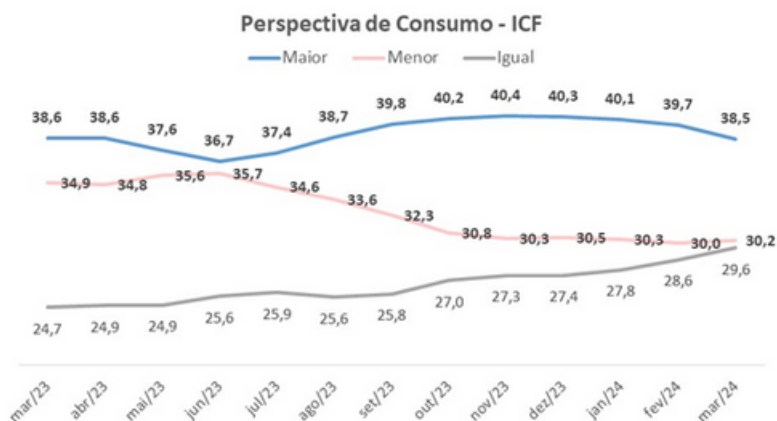
Com as condições de consumo menos favoráveis, crédito mais seletivo e emprego ajudando menos no avanço da população assalariada, o Consumo Atual – ICF reduziu pelo quarto mês consecutivo (-0,3%). Importante ressaltar que foi a menor queda nesse período e que há dois meses que a maior parte das famílias considera seu consumo igual em relação a 2023 (38,1%), melhor do que quando a maioria era representada por um consumo menor.

**Nível de Consumo Atual - ICF**



A Perspectiva de Consumo – ICF permaneceu na tendência de queda; entretanto, continuou acima do observado no Consumo Atual – ICF e do nível de satisfação, com 108,3 pontos.

A proporção das famílias que pretendem consumir mais nos próximos meses recuou em março, mas essa queda foi compensada pelo avanço daquelas que não devem alterar seu nível de consumo (29,6%), opção melhor do que reduzir o consumo. Deve-se observar ainda que a maior parcela (38,5%) permanece tendo a intenção de aumentar o consumo.

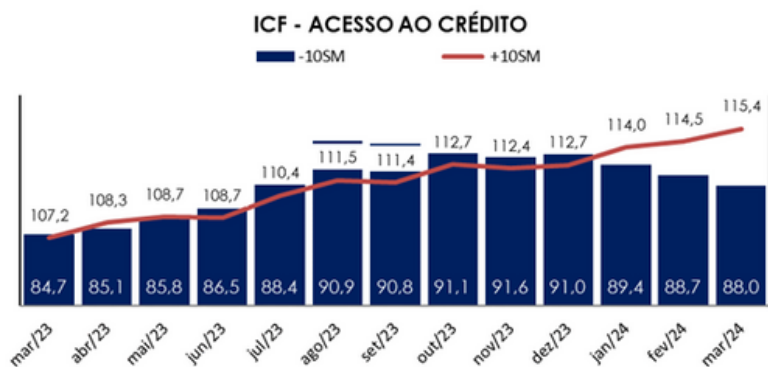


*“O menor acesso ao crédito e a desaceleração do mercado de trabalho vêm enfraquecendo o consumo nos últimos meses, mas a intenção de compra permanece melhor do que em anos anteriores e ainda em nível satisfatório.”*

### FAMÍLIAS COM MAIOR RENDA JÁ APRESENTAM AUMENTO DA PERSPECTIVA DE CONSUMO

A queda da intenção de consumir em março foi puxada principalmente pelas famílias com renda abaixo de 10 SM (-0,8%). Contudo, as famílias com renda acima de 10 SM também tiveram queda no mês, mas em menor intensidade (-0,6%).

As famílias consideradas mais ricas apresentaram uma melhora da percepção do Acesso ao Crédito – ICF (0,9%), revelando que suas condições financeiras melhores garantem acesso a esses recursos para o consumo. Enquanto para aquelas com renda abaixo de 10 SM esse item teve queda pelo quarto mês seguido (-0,8%), corroborando o freio no consumo dessas famílias.

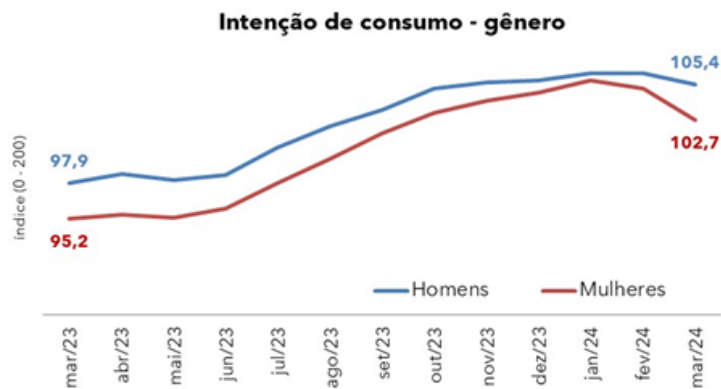


Mesmo assim, a queda do Consumo Atual – ICF para os consumidores de menor renda desacelerou, atingindo a melhor taxa dos últimos quatro meses (-0,2%). Ao mesmo tempo, a percepção das famílias com maior renda foi de um acréscimo de 0,5% no consumo. Situações similares foram observadas em relação aos próximos meses, a Perspectiva de Consumo – ICF apresentou a menor queda dos últimos cinco meses dentre as famílias de menor renda (-0,6%), já as famílias consideradas mais ricas obtiveram crescimento mensal de 0,5%.

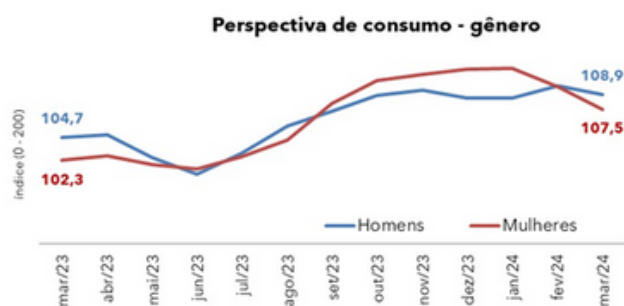
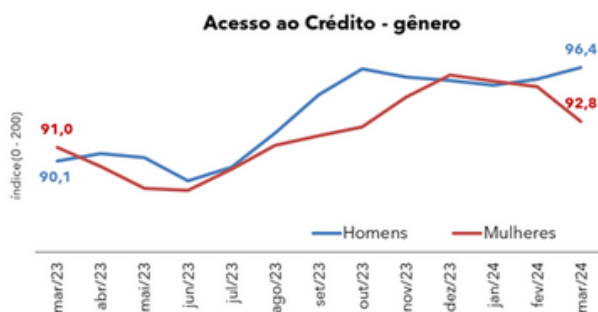
*“Famílias de menor renda têm redução do acesso ao crédito, ocasionando redução do consumo por essa proporção da população.”*

## PÚBLICO FEMININO APRESENTA MAIOR RECUO NA INTENÇÃO DE COMPRA

A intenção de consumo também apresentou recuo mensal em ambos os gêneros, porém foi mais intenso entre as mulheres (-2,3%, contra -0,8% para os homens). Elas também apresentaram maior dificuldade para ter acesso ao crédito, com queda mensal de 2,5%, enquanto os homens tiveram aumento pelo segundo mês consecutivo nesse item.



Apesar desse fator positivo, a Perspectiva de Consumo – ICF dentre os homens teve uma queda de 0,7% entre fevereiro e março, menor do que a redução de 2,0% no subindicador feminino. Importante destacar que ambos os gêneros se encontram satisfeitos com suas expectativas.



### Sobre a pesquisa:

A pesquisa nacional de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) é um indicador antecedente do potencial das vendas do comércio, apurado mensalmente pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Os resultados medem o grau de satisfação e insatisfação dos consumidores, em que o índice abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação, enquanto acima de 100 (com limite de 200 pontos) indica satisfação.

A pesquisa contempla 18 mil questionários analisados mensalmente, com dados de consumidores coletados em todas as Unidades Federativas, compilados em sete indicadores: três sobre as condições atuais (emprego, renda e nível de consumo), dois sobre expectativas para três meses à frente (perspectiva de consumo e perspectiva profissional), além da avaliação do acesso ao crédito e momento atual para aquisição de bens duráveis.

Como as informações estão sujeitas ao comportamento sazonal da economia, as séries são dessazonalizadas para permitir a comparação dos indicadores no mês com os do mês imediatamente anterior. Em janeiro de 2023, as séries passaram a ser ajustadas pelo modelo X-13 ARIMA-SEATS, em que se consideram como fatores sazonais o efeito calendário, os feriados de carnaval, Páscoa, Corpus Christi, além da identificação de outliers.