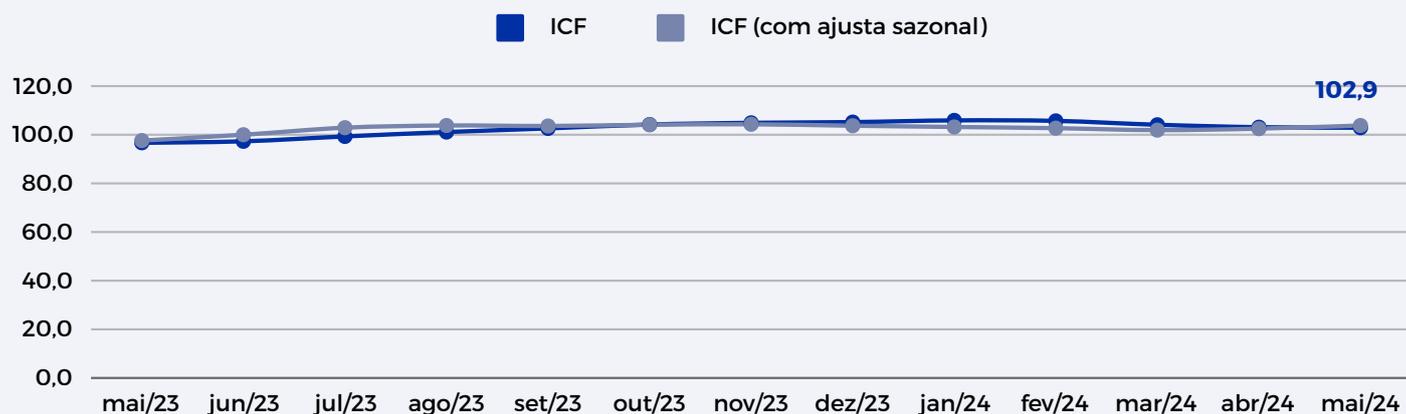


Edição Maio 2024

## INTENÇÃO DE CONSUMO CONTINUA PROCESSO DE ALTA

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) apresentou crescimento ainda maior no seu segundo mês consecutivo de alta (+1,3%), incentivado pelo acesso ao crédito mais favorável, principalmente dentre as famílias de baixa renda e o público feminino

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



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) avançou +1,3% em maio, descontados os efeitos sazonais, segundo resultado positivo consecutivo e mais intenso do que no mês anterior. Importante ressaltar que todos os componentes mostraram alta.

A intenção mais favorável dos consumidores também pode ser observada na análise anual, com a continuação das variações anuais positivas, sendo que em maio houve aceleração em relação à taxa do mês anterior (+6,4%), o que não acontecia desde setembro do ano passado.

| ÍNDICE                   | mai/24       | Variação mensal* | Variação anual |
|--------------------------|--------------|------------------|----------------|
| Emprego atual            | 127,3        | +1,2%            | +4,7%          |
| Renda atual              | 124,3        | +1,4%            | +7,8%          |
| Nível de consumo atual   | 88,1         | +1,5%            | +8,2%          |
| Perspectiva profissional | 113,8        | +1,1%            | +2,1%          |
| Perspectiva de consumo   | 105,8        | +1,1%            | +3,8%          |
| Acesso ao crédito        | 95,1         | +2,2%            | +6,6%          |
| Momento para duráveis    | 66,1         | +0,9%            | +18,1%         |
| <b>ICF</b>               | <b>102,9</b> | <b>+1,3%</b>     | <b>+6,4%</b>   |

\* com ajuste sazonal

O destaque na comparação mensal foi o Acesso ao Crédito – ICF, com avanço de 2,2%, condizente com um momento de quedas consecutivas da Selic. Neste mês, 31,4% dos consumidores consideraram mais fácil o acesso ao crédito, o maior percentual desde abril de 2020.



A taxa média de juros com recursos livres para as pessoas físicas em março deste ano foi 5,3 pontos percentuais abaixo do resultado de março de 2023, tendo queda desde outubro de 2023, o que gera maior confiança para os consumidores utilizar esses recursos em suas compras.

Além de os juros mais acessíveis reduzirem os custos das novas dívidas, também favorecem o pagamento das dívidas atrasadas, com reduções seguidas também do indicador de inadimplência do Banco Central.

A confirmação da importância do crédito para o consumo das famílias pode ser constatada pelo fato de Momento para compra de duráveis – ICF ter sido o item de maior avanço na análise anual (+18,1%). Por serem produtos de grande valor agregado, são mais influenciados pela oscilação do mercado de crédito.

Outro fator que influencia o consumo é o mercado de trabalho, que já avançou 1,6% no primeiro trimestre do ano, acima do crescimento de 1,2%, observado no emprego formal no mesmo período de 2023, de acordo com o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged). O Emprego atual – ICF avançou pelo segundo mês seguido (+1,2%), mesma tendência da Perspectiva profissional – ICF (+1,1%). No comparativo anual, tanto Emprego Atual – ICF (+4,7%) quanto Perspectiva Profissional – ICF (+2,1%) permaneceram positivos, mesmo sendo a menor taxa da comparação anual.



Com mercado de trabalho aquecido e acesso ao crédito mais fácil, o Consumo atual – ICF teve o segundo crescimento mais elevado de maio (+1,5%). Porém, os consumidores apresentam cautela em seu consumo. Em relação a maio de 2023, a taxa também está positiva (+8,2%), contudo apresenta desaceleração desde o início do ano passado. O percentual de famílias que consideram seu nível de consumo menor que em 2023 continuou crescendo (37,1%), mas a maior parte das famílias ainda considera seu consumo inalterado (37,6%).



Com o momento atual favorável, a Perspectiva de consumo – ICF teve crescimento de 1,1% no mês e de 3,8% no ano, taxa melhor do que a apresentada em abril. Além disso, o indicador encontra-se em patamar satisfatório para os consumidores (105,8 pontos), diferentemente do consumo atual, que ainda está abaixo dos 100 pontos (88,1 pontos).

*“Processo de corte da Selic e mercado de trabalho favorável incentivam o consumo no curto e longo prazo.”*

## FAMÍLIAS COM MENOR RENDA TÊM RETOMADA MAIS INTENSA DO CONSUMO

A intenção de consumir em maio aumentou em ambas as faixas de renda analisadas, com maior intensidade nas famílias com renda abaixo de 10 salários mínimos (+1,4%). As famílias com renda acima de 10 salários mínimos tiveram alta de 0,7%, sendo as principais responsáveis pela melhora da perspectiva profissional (+1,6%, contra +0,9% na percepção das famílias de menor renda).

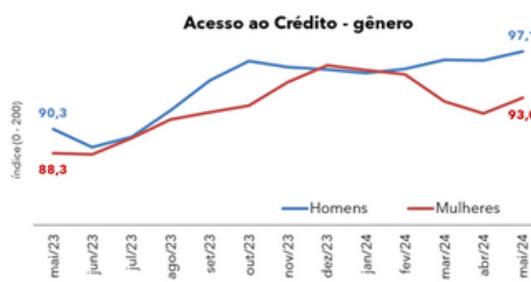
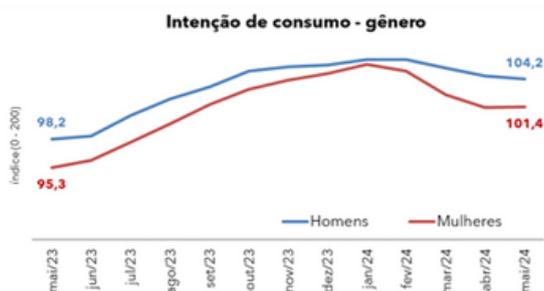
O Acesso ao Crédito – ICF também teve avanço em ambas as rendas; no entanto, de forma mais intensa para as famílias de menor salário (+2,3%). Com isso, pode-se perceber que a melhora do crédito está sendo percebida por todos os consumidores, mas os considerados mais pobres estão conseguindo se beneficiar mais das melhores condições de pagamento, Isso pode ser explicado pelo fato de essas famílias estarem conseguindo controlar melhor sua inadimplência e, com isso, ganhando maior credibilidade pelas instituições financeiras, de acordo com dados da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic) da CNC.



*“Famílias de menor renda têm melhor percepção do acesso ao crédito e apresentam maior avanço na intenção de consumo.”*

## PÚBLICO FEMININO APRESENTA MELHORA MAIS ACENTUADA DA INTENÇÃO DE COMPRA

A intenção de consumo apresentou avanço anual em ambos os gêneros. O fato de ter sido mais intensa entre as mulheres (+6,4%, contra +6,1% para os homens) fez com que os indicadores voltassem a se aproximar. Em relação ao Acesso ao Crédito – ICF, elas também apresentaram maior evolução, com aumento anual de 1,4% frente a +0,8% para o público masculino.



### 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*.