

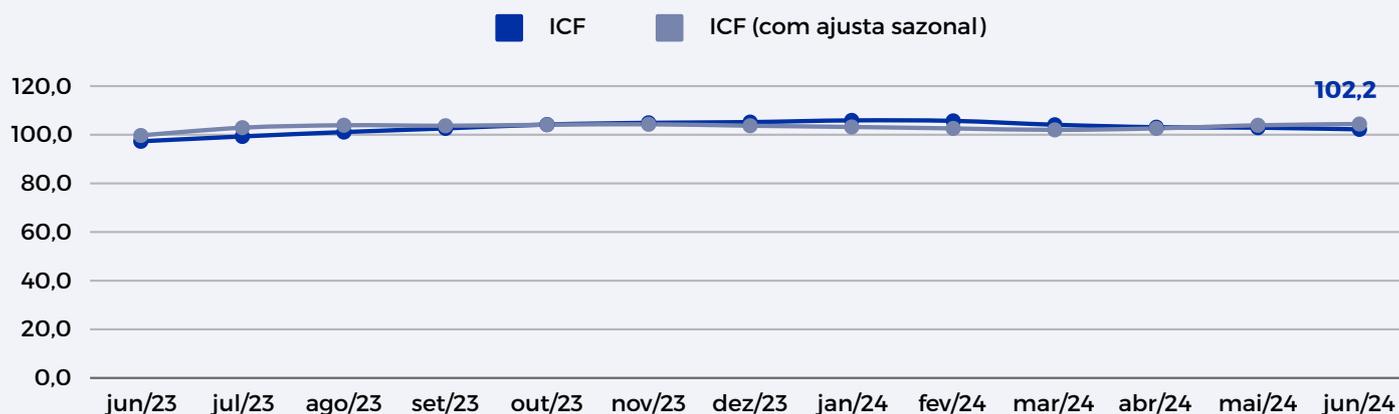


Edição Junho 2024

## INTENÇÃO DE CONSUMO AVANÇA COM CAUTELA

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) apresentou crescimento (+0,5%), no entanto com desaceleração por conta do desafio de controle da inadimplência e menor perspectiva profissional.

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



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) avançou +0,5% em junho, descontados os efeitos sazonais, terceiro resultado positivo consecutivo, no entanto o menos intenso do período. Importante ressaltar que nenhum componente mostrou queda, sendo a menor taxa a de estabilidade. A intenção mais favorável dos consumidores também pode ser observada na análise anual (+5,1%), com a continuação das variações anuais positivas.

ÍNDICE	jun/24	Variação mensal*	Variação anual
Emprego atual	126,8	+0,2%	+3,6%
Renda atual	125,2	+1,5%	+8,2%
Nível de consumo atual	87,6	+1,7%	+8,0%
Perspectiva profissional	111,7	+0,5%	-2,3%
Perspectiva de consumo	104,8	+0,9%	+3,8%
Acesso ao crédito	93,6	-0,0%	+5,9%
Momento para duráveis	65,6	+0,5%	+13,4%
<b>ICF</b>	<b>102,2</b>	<b>+0,5%</b>	<b>+5,1%</b>

\* com ajuste sazonal

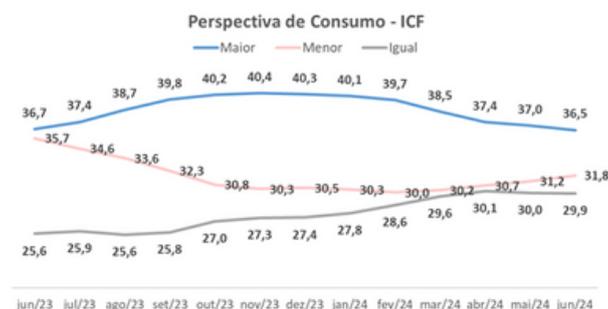
Nessa base de comparação, a Perspectiva Profissional – ICF já apresentou taxa negativa (-2,3%), revelando que, apesar de a percepção atual sobre o emprego estar mais favorável (+3,6%), os consumidores estão mais cautelosos do que ano passado em relação aos próximos resultados do mercado de trabalho.

A exceção na comparação mensal foi o Acesso ao Crédito – ICF, sem variação, condizente com um momento desafiador no mercado de crédito, onde o consumidor precisa equilibrar seu alto endividamento com o controle da inadimplência, como visto na Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (Peic) da CNC. Neste mês, 31,4% dos consumidores consideraram mais fácil o acesso ao crédito, o mesmo percentual de maio. Enquanto houve aumento de 1,5 ponto percentual dentre os que consideraram o acesso mais difícil (37,8%), o maior percentual desde julho de 2023 (37,9%).

A taxa média de juros com recursos livres para as pessoas físicas em abril deste ano foi 6,6 pontos percentuais abaixo do resultado de abril de 2023, continuando a tendência de queda e um fator positivo para aquisição de mais recursos. No entanto, apesar de essa redução dos custos das dívidas favorecer o pagamento das dívidas, o indicador de inadimplência da carteira de crédito com recursos livres das pessoas físicas do Banco Central não reduziu, encontrando-se próximo a 5,5% desde o início do ano e explicitando o dilema dos consumidores entre a aquisição de dívidas e o seu pagamento.

Com as condições atuais do mercado de trabalho aquecidas no momento atual e o acesso ao crédito mais seletivo, o Consumo atual – ICF teve uma aceleração maior do a Perspectiva de Consumo – ICF tanto na análise mensal quanto na anual, reforçando a cautela do consumidor para o próximo semestre.

A Perspectiva de Consumo – ICF teve crescimento de 0,9% no mês e de 3,8% no ano, taxas menores do que as apresentadas em maio. Além disso, apenas 36,5% dos consumidores esperam aumentar seu consumo, a menor taxa desde janeiro de 2023 (36,4%), enquanto acelerou o percentual que pretende reduzir suas compras.

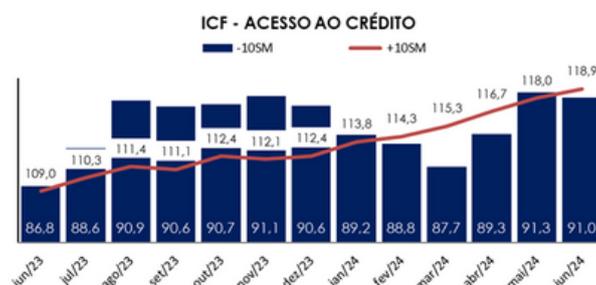


*“Desafio de equilibrar a necessidade de crédito com a manutenção da inadimplência e a incerteza da continuação da evolução do mercado de trabalho levam as famílias a serem mais cautelosas com seu consumo.”*

## FAMÍLIAS COM MENOR RENDA TÊM MAIOR AUMENTO DA PERSPECTIVA DE CONSUMO

A intenção de consumir em junho aumentou em ambas as faixas de renda analisadas, com maior intensidade nas famílias com renda abaixo de 10 salários mínimos (+0,6%), enquanto as famílias com renda acima de 10 salários mínimos tiveram alta de 0,2%. Essa tendência permanece na visão dos próximos meses, tendo aumento de 0,5% na Perspectiva de Consumo – ICF das famílias com maior renda, contra +0,9% na percepção das famílias de menor renda.

O Acesso ao Crédito – ICF seguiu caminhos diferentes entre as faixas de renda. As famílias consideradas mais ricas tiveram um aumento de 0,8% nesse indicador, por terem maior credibilidade nas instituições financeiras por causa da maior disposição de recursos, enquanto as com menor salário perceberam uma redução de 0,3%. Com isso, pode-se perceber que a situação do crédito está sendo analisada de forma diferente pelos consumidores, com as consideradas mais pobres tendo maior dificuldade para utilizar o crédito como forma de manter o consumo.

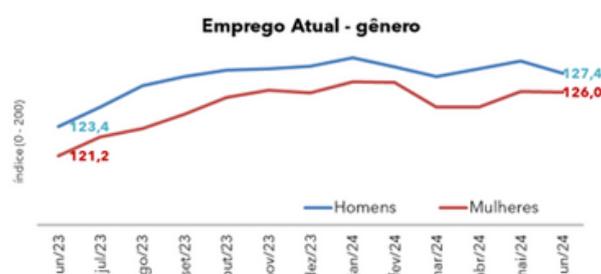
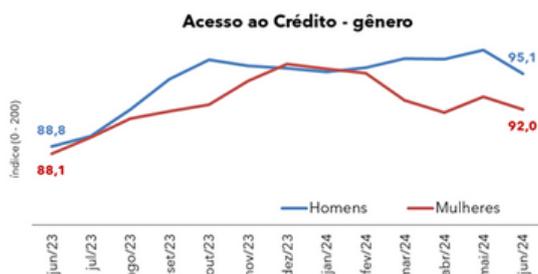
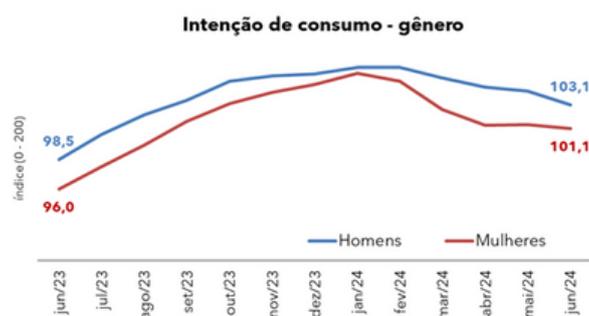


A percepção do mercado de trabalho foi um dos fatores que auxiliaram as famílias com menor salário a acelerar sua intenção de consumo, dado que o indicador de Emprego Atual – ICF aumentou 0,3% para esse público e teve queda de 0,4% dentre as famílias com maior renda.

*“Famílias de menor renda têm maior avanço na perspectiva de consumo em virtude da melhora da percepção do emprego, apesar da dificuldade de acesso ao crédito.”*

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

A intenção de consumo apresentou avanço anual em ambos os gêneros, sendo mais intensa entre as mulheres (+5,3%, contra +4,7% para os homens). Em relação ao Acesso ao Crédito – ICF, eles apresentaram maior evolução, com aumento anual de 7,1% frente a +4,3% para o público feminino. No entanto, elas tiveram maior melhora da percepção do Emprego Atual – ICF (+3,9% contra +3,3% para os homens), o que ajuda a entender esse crescimento mais intenso da intenção de consumo.



*“Melhora da percepção do emprego leva as mulheres a aumentar sua intenção de consumo.”*

## RIO GRANDE DO SUL APRESENTA MAIOR QUEDA DE SUA INTENÇÃO DE CONSUMO DESDE JUNHO DO ANO PASSADO

Com a crise climática vivida pelo Rio Grande do Sul, o estado apresentou queda de 23,3% na sua intenção de consumo em relação a junho do ano passado e de 3,4% referente ao mês anterior, a maior queda desde outubro do ano passado.

Todos os indicadores apresentaram quedas mensal e anual, sendo a Perspectiva Profissional – ICF o maior destaque, seguida pelo Momento para Duráveis – ICF. Esse movimento é coerente com os trabalhos perdidos por conta dos estabelecimentos destruídos na enchente.

A percepção do Momento para Duráveis – ICF foi afetada por serem produtos com maior valor agregado, portanto não são prioridade em um momento que os bens essenciais estão escassos.

ÍNDICE	jun/24	Variação mensal*	Variação anual
Emprego atual	89,9	-2,1%	-5,2%
Renda atual	86,9	-0,7%	-2,3%
Nível de consumo atual	49,1	-3,5%	-41,0%
Perspectiva profissional	21,4	-15,7%	-54,6%
Perspectiva de consumo	73,5	-2,2%	-9,9%
Acesso ao crédito	74,6	-4,9%	-28,9%
Momento para duráveis	22,4	-6,4%	-49,2%
<b>ICF</b>	<b>59,7</b>	<b>-3,4%</b>	<b>-23,3%</b>

\* com ajuste sazonal

*“Rio Grande do Sul sofre com piora na perspectiva profissional e precisa priorizar consumo essencial.”*

### 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.