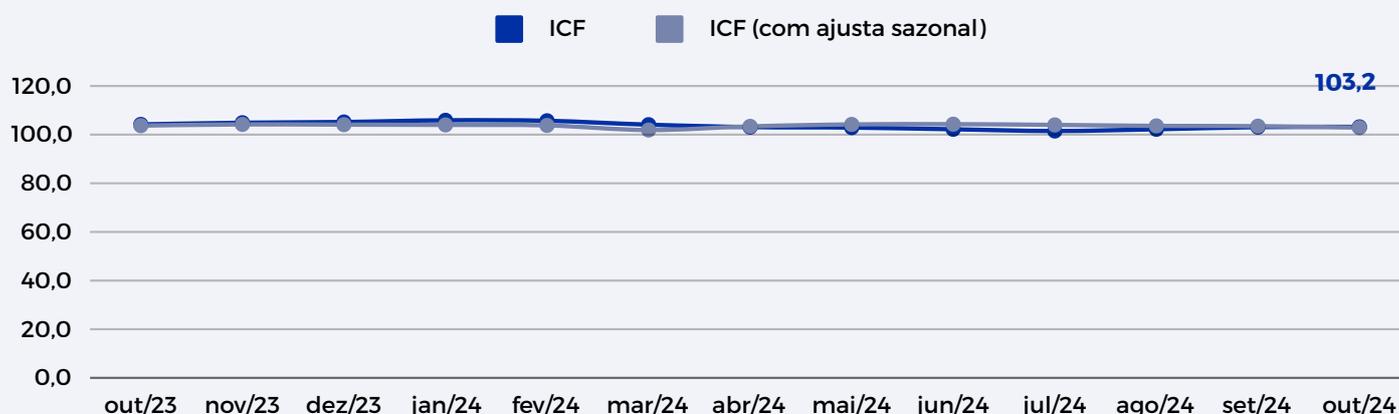


Edição Outubro 2024

CONDIÇÕES PARA O CONSUMO DE BENS DURÁVEIS LEVAM À REDUÇÃO DA INTENÇÃO DE CONSUMO

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) registrou a quarta queda consecutiva (-0,6%), influenciada pela percepção desfavorável para o consumo de duráveis (-1,8%), principalmente pelas famílias de média e alta rendas, além da queda do nível de consumo atual (-1,2%).

Intenção de Consumo das Famílias - Evolução do Índice



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) recuou -0,6% em outubro, descontados os efeitos sazonais, o quarto resultado negativo consecutivo e o mais intenso no período. A diminuição da intenção pode ser percebida também na análise anual. O indicador ainda se mantém no nível de satisfação; porém, está no menor patamar desde março deste ano.

ÍNDICE	out/24	Variação mensal*	Variação anual
Emprego atual	126,9	-1,1%	+0,0%
Renda atual	125,6	-0,6%	+3,7%
Nível de consumo atual	89,8	-1,2%	+0,2%
Perspectiva profissional	113,5	+0,0%	-4,1%
Perspectiva de consumo	104,8	-0,6%	-4,2%
Acesso ao crédito	93,9	-0,9%	-0,6%
Momento para duráveis	68,0	-1,8%	-1,8%
ICF	103,2	-0,6%	-0,9%

* com ajuste sazonal

Todos os componentes revelaram movimento de queda, com exceção da Perspectiva Profissional, que não apresentou alterações. O Momento para Duráveis teve a maior redução da sua taxa, apresentando uma redução anual igual à sua redução no último mês (-1,8%). Na análise geral, o Emprego Atual é o item com maior pontuação na ICF, o que demonstra a satisfação dos trabalhadores. Em outubro, a Perspectiva Profissional dos consumidores foi o único item que não obteve redução na comparação mensal, mantendo o menor saldo desde junho de 2023. A Renda Atual – ICF continuou avançando (+3,7%) como a maior variação anual dentro de todos os componentes.

No entanto, a Perspectiva Profissional recuou 4,1% no ano, sugerindo maior cautela em relação à empregabilidade futura. Na comparação mensal, o Nível de Consumo Atual – ICF também recuou, assim como o Emprego Atual.



A recente análise mensal destacou um fator negativo significativo: a queda de 4,2% na Perspectiva de Consumo. Essa diminuição reflete um cenário econômico desafiador, marcado pelo aumento da Selic, a taxa básica de juros do Brasil, que iniciou um novo ciclo de alta dos juros. Esse aumento das taxas de juros é uma medida adotada pelo Banco Central para conter a inflação, mas também traz uma série de implicações. Com a Selic mais alta, o custo do crédito aumenta, o que explica também a queda do Acesso ao Crédito e, além disso, pode desestimular o consumo das famílias. As incertezas em relação aos ajustes que serão feitos pelo governo para se enquadrar no Arcabouço Fiscal também geram um clima de apreensão entre os consumidores, com a possibilidade de ajustes de gastos públicos e arrecadação.

Esses fatores impactam diretamente a expectativa de consumo. Quando os consumidores estão inseguros quanto à sua situação profissional e financeira futura, tendem a reduzir o Consumo Atual – ICF. O consumidor, portanto, se torna mais seletivo nas suas compras, e as instituições financeiras mais seletivas em relação aos critérios de risco de seus tomadores, reduzindo o potencial de consumo.



“Apesar do crescimento anual, consumidores demonstram apreensão em relação à sua situação financeira futura e tendem a restringir o consumo nos próximos meses.”

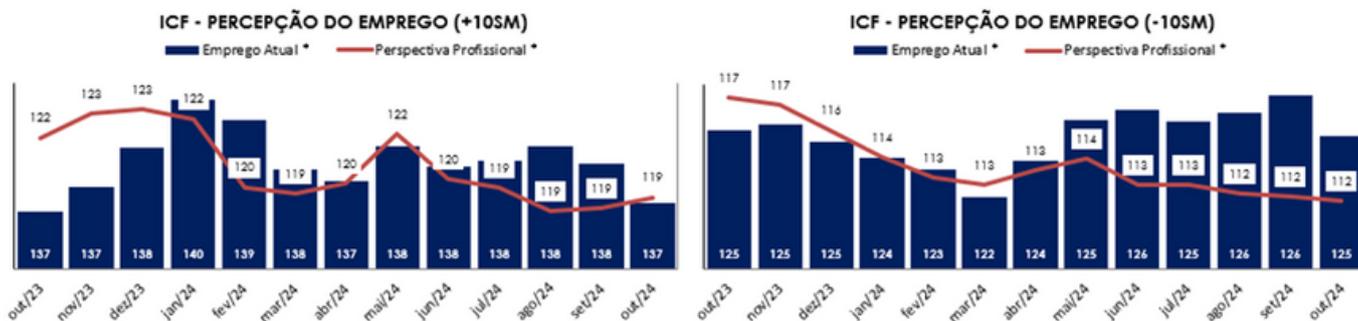
QUEDA DO CONSUMO EM OUTUBRO: FAMÍLIAS DE MAIOR RENDA ENFRENTAM A MAIOR QUEDA

A intenção de consumir em outubro diminuiu em ambas as faixas de renda analisadas, com retração de 0,8% da percepção das famílias com renda abaixo de 10 salários mínimos, enquanto as famílias com renda acima de 10 salários mínimos tiveram queda de 1,0%. Com isso, a Perspectiva de Consumo – ICF teve uma redução mais intensa dentre as famílias com maior renda (-1,5%), contra -0,5% na percepção das famílias de menor renda.



No Momento para Duráveis – ICF, o movimento também foi de queda em ambas as faixas de renda, com aquelas com maior renda apresentando queda de 2,7% nesse item, enquanto as consideradas mais pobres apresentaram queda de 1,6%, revelando menor estabilidade no mercado de duráveis para quem recebe maiores salários.

As famílias com rendimento abaixo de 10 SM tiveram queda de 0,2% no subindicador Perspectiva Profissional – ICF, enquanto aquelas com maior renda mostraram avanço de 0,5%. Com isso, as famílias com menor renda mostram-se mais cautelosas em relação ao seu futuro profissional.



"Famílias de maior renda apresentam queda acentuada da intenção de consumo, com percepção mais negativa em relação ao mercado de duráveis e redução significativa da perspectiva de consumo."

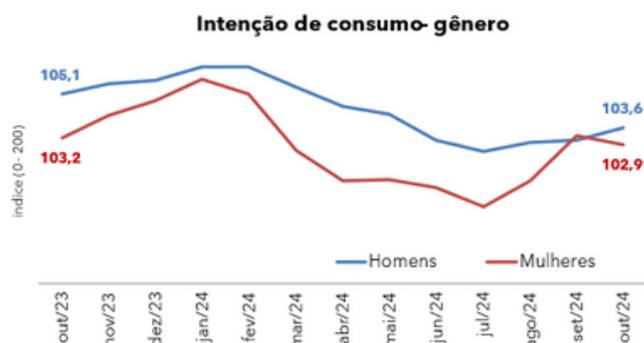
PÚBLICO MASCULINO ENFRENTA QUEDA SIGNIFICATIVA DA INTENÇÃO DE CONSUMO

A análise anual por gênero revelou queda anual mais acentuada da intenção de consumo entre os homens, com uma redução de 1,4%, em contraste com -0,3% de redução entre as mulheres.

No que tange à Renda Atual – ICF, ambos os gêneros apresentaram crescimento, sendo 4,3% para as mulheres e 3,1% para os homens. No entanto, a Perspectiva Profissional – ICF demonstrou queda em ambos os casos; contudo, os homens apresentaram queda maior, com redução de 4,5%, em comparação a -3,3% para o público feminino, o que indica um desafio mais significativo para os homens no mercado de trabalho, nos próximos meses.

Em relação ao Acesso ao Crédito – ICF, a percepção divergiu entre os gêneros: as mulheres observaram uma melhora de 0,3% em relação a outubro do ano anterior, enquanto os homens experimentaram queda de 1,3% no indicador. Por fim, a perspectiva de consumo das mulheres registrou baixa de 4,0%, enquanto a redução foi de 4,3% na percepção dos homens.

“Desempenho inferior na Perspectiva Profissional e no Acesso ao Crédito contribui para a queda mais acentuada da intenção de consumo entre os homens.”



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 e Corpus Christi, além da identificação de outliers.