

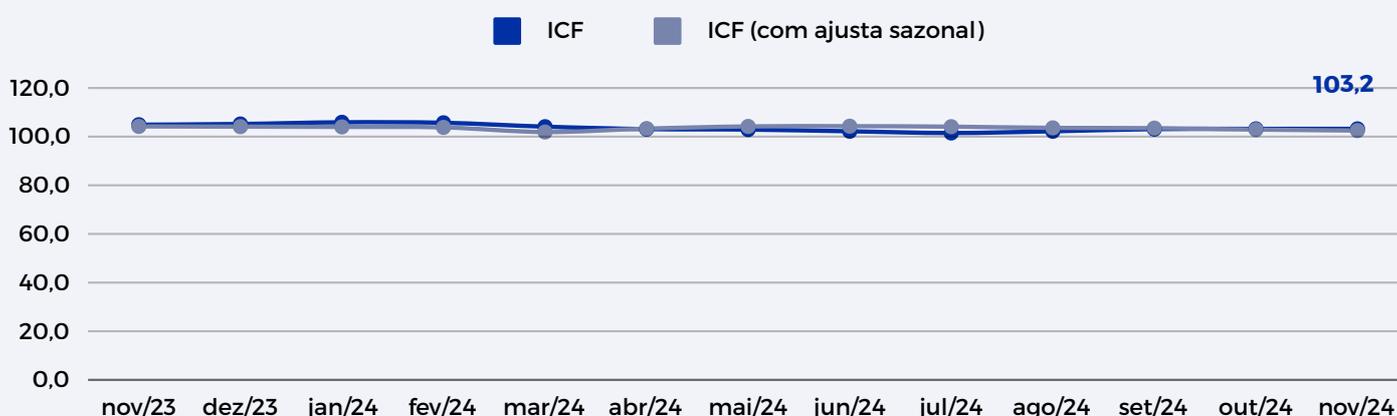


Edição Novembro 2024

FIM DE ANO AMENIZA QUEDA DA INTENÇÃO DE CONSUMO

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) continua com tendência de queda, influenciada pela maior seletividade do crédito, principalmente pelas famílias de menor renda. Contudo, otimismo com fim de ano ameniza retração.

Intenção de Consumo das Famílias - Evolução do Índice



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) continuou com a tendência de queda, com recuo de 0,3% em novembro, descontados os efeitos sazonais, o quinto resultado negativo consecutivo. Apesar disso, houve uma desaceleração em relação à taxa de outubro (-0,6%). A redução da intenção pode ser percebida também na análise anual, pelo segundo mês. Mesmo com as quedas, o indicador ainda se mantém no nível de satisfação.

ÍNDICE	nov/24	Variação mensal*	Variação anual
Emprego atual	126,1	-0,4%	-0,9%
Renda atual	125,3	-0,2%	+2,7%
Nível de consumo atual	89,5	-1,2%	-1,7%
Perspectiva profissional	113,7	+0,2%	-4,1%
Perspectiva de consumo	106,6	+0,6%	-3,2%
Acesso ao crédito	94,3	-0,0%	-0,9%
Momento para duráveis	66,9	-2,1%	-4,7%
ICF	103,2	-0,3%	-1,6%

* com ajuste sazonal

A maioria dos componentes revelaram movimento de queda, com exceção da Perspectiva Profissional e de Consumo. O Momento para Duráveis teve a maior redução da sua taxa, tanto na variação mensal (-2,1%) quanto na anual (-4,7%), enquanto a percepção de acesso ao crédito manteve-se estável. Esses itens revelam o impacto do aumento dos juros na redução do consumo, considerando a importância do crédito para o aquecimento do comércio.

O Emprego Atual – ICF também apresentou queda (-0,4%); contudo, continua sendo o item com maior pontuação na ICF (126,1 pontos), o que demonstra a satisfação com o mercado de trabalho. Quando se consideram os próximos meses, a Perspectiva Profissional – ICF apresentou o segundo maior crescimento do mês (+0,2%), com incentivo e expectativas das contratações de temporários no fim do ano.

O período também favoreceu a Perspectiva de Consumo – ICF, que avançou 0,6% em novembro, o maior crescimento do mês, distanciando-se cada vez mais do Consumo Atual – ICF. Mesmo com o momento econômico desafiador, com juros e inflação em patamares altos e valorização do dólar, os consumidores pretendem fazer suas compras de fim de ano. Com o indicador (106,6 pontos) alcançando o maior patamar desde abril de 2024.



“Apesar da cautela com o momento atual, consumidores se mostram confiantes com o fim de ano.”

FAMÍLIAS DE MENOR RENDA APRESENTAM MAIOR CAUTELA AO CONSUMIR

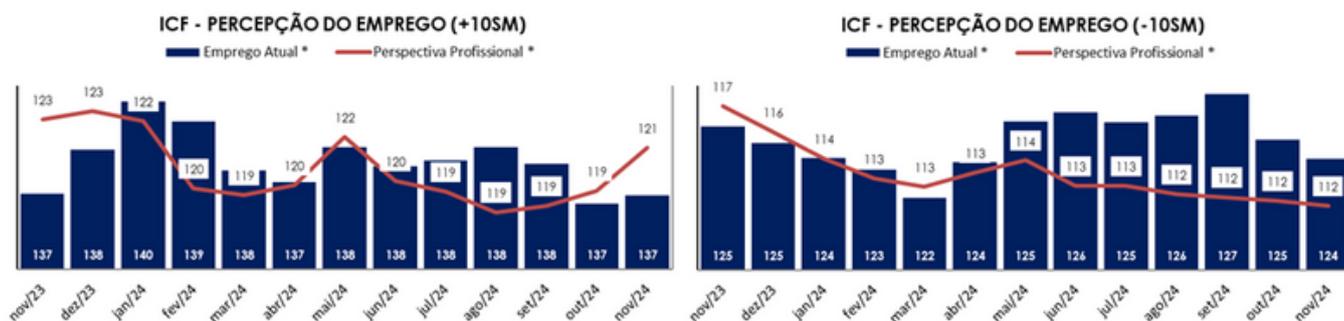
A intenção de consumir em novembro teve direções opostas entre as faixas de renda analisadas, com retração de 0,6% na percepção das famílias com renda abaixo de 10 salários mínimos, enquanto as famílias com renda acima de 10 salários mínimos tiveram avanço de 0,1%. Apesar disso, a Perspectiva de Consumo – ICF teve aumento nos dois grupos, mas de forma mais intensa entre as famílias com maior renda (+1,0%), contra +0,2% na percepção das famílias de menor renda.



O item de Acesso ao Crédito – ICF também teve direções opostas entre os grupos, com as famílias com rendimentos acima de 10 SM melhorando a sua percepção (+0,1%), tendo maior disponibilidade de garantia e, assim, maior credibilidade com o mercado de crédito. Portanto, a queda do indicador foi principalmente levantada pelos consumidores de menor renda, que mostraram uma queda de 0,3%, sendo os mais afetados pela seletividade do crédito e tendo maior dificuldade para arcar com o aumento dos custos dos juros.



Em relação à Perspectiva Profissional – ICF, as famílias com renda acima de 10 SM tiveram aumento de 1,6%, enquanto as com rendimentos abaixo de 10 SM apresentaram queda de 0,2%. Com isso, as famílias com menor renda mostram-se mais cautelosas em relação ao seu futuro profissional, não tão otimistas em relação às contratações de fim de ano.

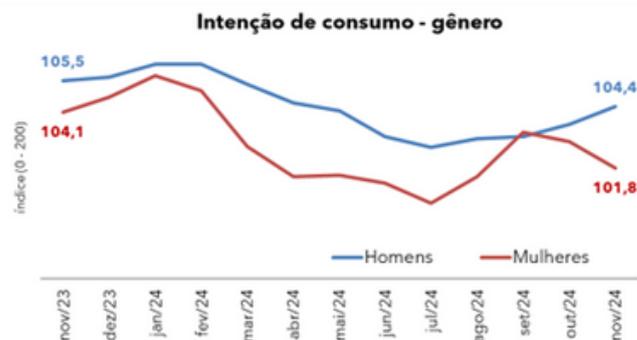


"Famílias de maior renda apresentam maior otimismo com as compras e contratação de fim de ano."

PÚBLICO MASCULINO SE MOSTRA MAIS OTIMISTA COM AS FESTIVIDADES DE FIM DE ANO

A análise anual por gênero revelou queda mais acentuada da intenção de consumo entre as mulheres, com uma redução de 2,3%, em contraste com -1,0% de redução entre os homens. Com maior cautela em ambos os casos.

No que tange ao Acesso ao Crédito – ICF, o público masculino apresentou estabilidade, enquanto as mulheres recuaram 2,1%, sendo mais atingidas pela seletividade do mercado de crédito. Elas também perceberam uma queda maior em relação ao ano passado no mercado de trabalho. Embora tenha o otimismo no curto prazo com o emprego temporário, a Perspectiva Profissional – ICF demonstrou queda em ambos os casos na análise anual; contudo, as mulheres apresentaram queda maior, com redução de 4,5%, em comparação a -3,8% para o público feminino.



Em relação à Perspectiva de Consumo – ICF, está abaixo do resultado de novembro do ano passado novamente em ambos os gêneros: as mulheres observaram uma queda de 3,4% em relação a novembro de 2024, enquanto os homens experimentaram queda de 2,7% no indicador.

“Público feminino percebe de forma mais intensa uma redução da perspectiva de consumo em relação ao ano passado.”

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.