

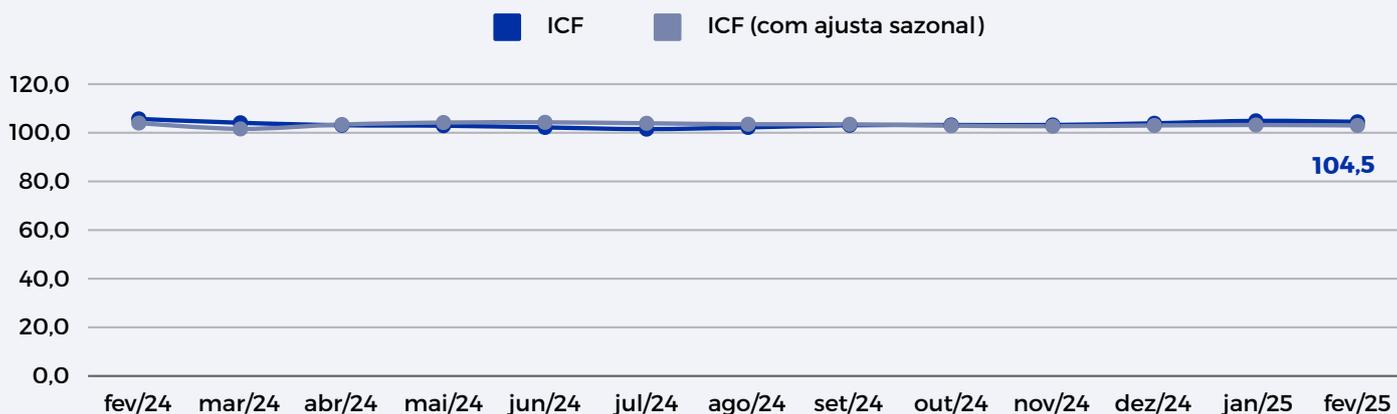


Edição Fevereiro 2025

## INTENÇÃO DE CONSUMO IMPACTADA PELOS DESAFIOS ECONÔMICOS

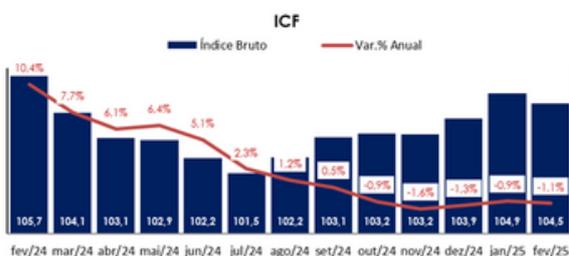
A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) reverteu a tendência de alta e recuou em fevereiro, influenciada principalmente pelo momento mais difícil para compra de bens duráveis. Famílias de maior renda foram as mais afetadas, assim como o público masculino

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



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) voltou a apresentar queda (-0,2%) em fevereiro, depois de dois meses de alta, descontados os efeitos sazonais.

Além disso, pelo quinto mês consecutivo, houve redução da intenção na análise anual, sendo a mais intensa do período. Mesmo com essas quedas, o indicador se mantém acima do nível de satisfação (104,5 pontos), tendo a maior pontuação desde fevereiro de 2024.



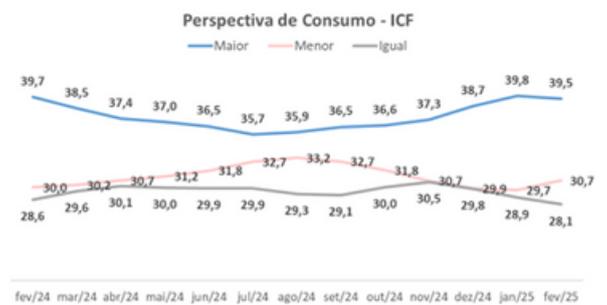
ÍNDICE	fev/25	Varição mensal*	Varição anual
Emprego atual	126,6	+0,2%	-0,6%
Renda atual	125,1	-0,5%	+0,4%
Nível de consumo atual	92,4	+0,3%	+0,6%
Perspectiva profissional	115,2	+0,4%	-1,8%
Perspectiva de consumo	108,8	-1,1%	-0,8%
Acesso ao crédito	93,6	+0,2%	-1,8%
Momento para duráveis	70,0	-1,6%	-4,8%
<b>ICF</b>	<b>104,5</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-1,1%</b>

\* com ajuste sazonal

A maioria dos componentes revelou movimento de alta, com exceção principalmente do Momento para Compra de Duráveis – ICF. Esse item teve a maior redução da sua taxa (-1,6%), depois do resultado positivo no fim do ano passado e início de 2025 (+0,9% em ambos os meses), com as famílias sentindo maior impacto dos juros altos.

O Emprego Atual – ICF voltou a apresentar alta (+0,2%), depois de quatro meses com os consumidores reduzindo a confiança no emprego no curto prazo. Quando se consideram os próximos meses, a Perspectiva Profissional – ICF apresentou resultado ainda melhor, com o quinto crescimento seguido (+0,4%) e o mais positivo do mês.

Mesmo com o mercado de trabalho futuro mais favorável, os próximos meses devem exigir mais cautela dos consumidores, com a Perspectiva de Consumo – ICF sendo o segundo item de maior queda (-1,1%). Apesar do momento econômico desafiador, com juros e inflação em patamares altos e valorização do dólar, o Consumo Atual – ICF apresentou crescimento no mês (+0,3%), com as famílias se esforçando para manter seu padrão de consumo. No entanto, o comércio já deve sentir o efeito nos próximos meses, com aumento de 1,0 ponto percentual na parcela dos consumidores que esperam reduzir as compras.



*“Consumidores começam a mostrar sintomas dos desafios econômicos.”*

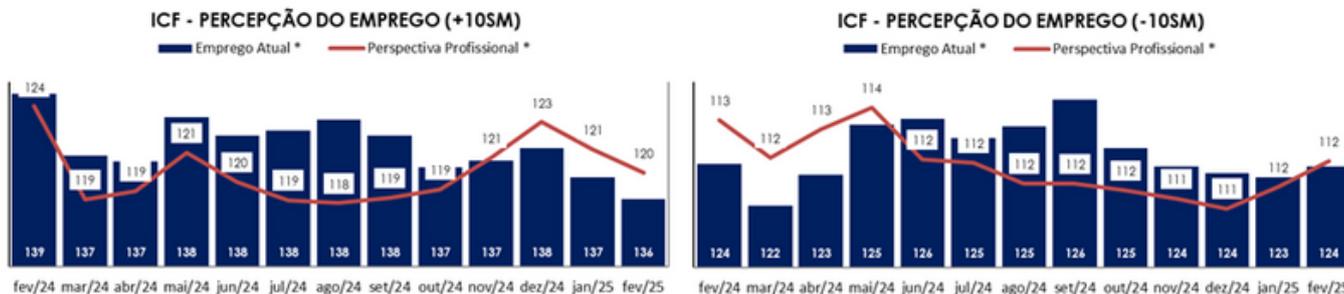
## FAMÍLIAS DE MAIOR RENDA APRESENTAM MAIOR CAUTELA AO CONSUMIR

A intenção de consumir em fevereiro teve retração em ambas as faixas de renda analisadas, com queda de 0,2% na percepção das famílias com renda abaixo de dez salários mínimos; e de 0,5% para as com renda acima de dez salários mínimos. Com isso, a Perspectiva de Consumo – ICF seguiu com uma redução mais alta entre as famílias com maior renda, -2,2% contra -1,0% na percepção das famílias de menor renda.

Já o item de Acesso ao Crédito – ICF revelou queda apenas para o grupo com maior renda (-0,4%), com as famílias com rendimentos abaixo de dez salários mínimos tendo uma taxa positiva (+0,4%). Isso revela que os consumidores de maior renda estão sendo os mais afetados pela seletividade do crédito, precisando menos desses recursos para seu consumo. No entanto, ainda estão satisfeitos com o mercado de crédito, com indicador ajustado em 114,4 pontos.



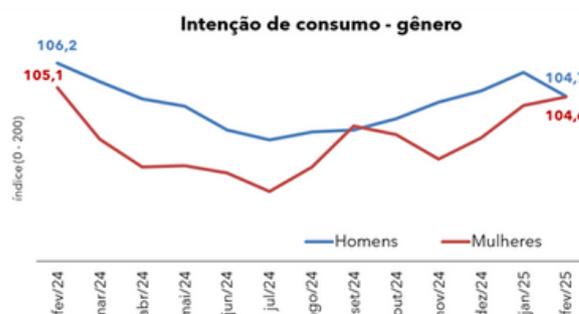
Em relação à Perspectiva Profissional – ICF, as famílias com renda acima de dez salários mínimos tiveram queda de 1,0%, enquanto as com rendimentos abaixo de dez salários mínimos apresentaram aumento de 0,6%, o maior crescimento em fevereiro para esse grupo. Com isso, as famílias com maior renda mostram-se mais cautelosas em relação ao seu futuro profissional, sendo mais afetadas pela desaceleração do mercado de trabalho.



*"Famílias de maior renda apresentam mais desafios no crédito e emprego."*

### PÚBLICO MASCULINO SE MOSTRA MAIS PESSIMISTA EM RELAÇÃO AO INÍCIO DE 2024

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



No que tange ao Momento para Duráveis – ICF, o público masculino apresentou queda de 6,4%, enquanto as mulheres recuaram 2,6%, sendo menos atingidas pela seletividade do mercado de crédito. Eles também perceberam uma queda maior no mercado de trabalho em relação a 2024. A Perspectiva Profissional – ICF demonstrou queda em ambos os casos na análise anual; contudo, os homens apresentaram queda maior, com redução de 2,2%, em comparação ao público feminino (-1,1%).

Com essa percepção menos negativa, as mulheres demonstraram uma Perspectiva de Consumo – ICF acima do resultado de fevereiro do ano passado (+1,1%), enquanto os homens experimentaram uma queda de 2,2% no indicador. Ressalte-se que esse item continua acima dos 100 pontos em ambos os casos.

*"Homens reduzem sua perspectiva de consumo em relação ao ano passado, enquanto as mulheres aumentam."*

#### 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.