

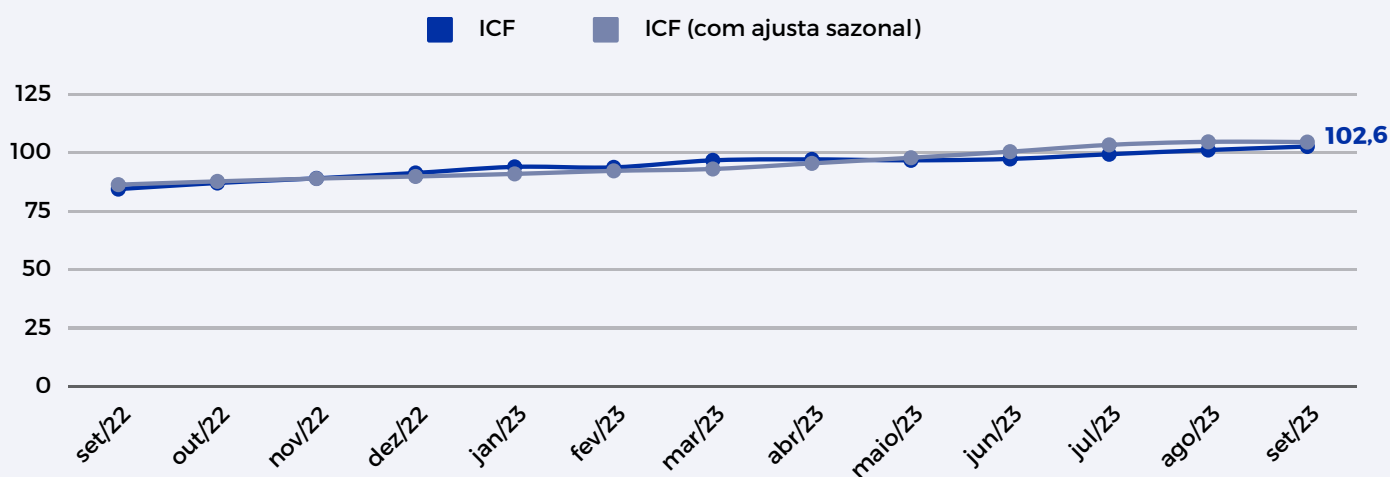


Edição Setembro 2023

# INTENÇÃO DE CONSUMO FICA ESTÁVEL EM SETEMBRO

indicador parou de crescer. Consumidores apontam melhor momento para aquisição de bens duráveis, mas estão cautelosos com emprego nos próximos meses.

## Intenção de Consumo das Famílias - Evolução do Índice



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) ficou estável em setembro, descontados os efeitos sazonais, depois do crescimento sustentado desde janeiro do ano passado. O indicador se manteve pelo segundo mês acima dos 100 pontos do corte de indiferença, indicando satisfação dos consumidores. Porém, a intenção de compra parou de crescer, principalmente pela pior visão sobre o desempenho profissional no último trimestre do ano.

A expectativa de consumo nos próximos três meses e o momento para aquisição de bens duráveis se destacaram com as maiores altas (+0,5% e +1,9%, respectivamente). Por outro lado, a perspectiva profissional e o nível de consumo atual caíram (-2% e -0,2%, respectivamente), resultando no equilíbrio da intenção de compra em setembro. No ano, todos os indicadores da pesquisa seguem apontando recuperação.

ÍNDICE	set/23	Variação mensal*	Variação anual
Emprego atual	125,9	+0,1%	+12,3%
Renda atual	120,1	+0,3%	+21,1%
Nível de consumo atual	87,4	-0,2%	+13,7%
Perspectiva profissional	117,6	-2,0%	+13,7%
Perspectiva de consumo	107,5	+0,5%	+33,3%
Acesso ao crédito	93,2	+0,2%	+9,1%
Momento para duráveis	66,4	+1,9%	+54,9%
<b>ICF</b>	<b>102,6</b>	<b>+0,0%</b>	<b>+21,5%</b>

\* com ajuste sazonal

Com o movimento recente de queda dos juros e com as campanhas de renegociação de dívidas, mais consumidores apontam que terão consumido mais à frente. Cerca de 40 em cada 100 afirmam que pretendem consumir mais nos próximos três meses, maior proporção desde março de 2015.

A melhora na percepção para aquisição de duráveis está relacionada a redução dos juros e ao comportamento dos preços desses produtos. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o menor impacto no Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) de agosto foi justamente dos preços de artigos de residência (eletrodomésticos e eletroeletrônicos). Com redução de 12,4 pontos percentuais (p.p.) em um ano, a inflação anual desse grupo saltou de 12,7% em agosto de 2022 para 0,3% em agosto de 2023, a menor taxa desde dezembro de 2020.

A maior segurança no emprego atual traz segurança para os consumidores comprarem a prazo, com o mercado de trabalho formal ainda apresentando alta nas contratações. Do total de consumidores, 43% estão se sentindo mais seguros no emprego, maior volume desde janeiro de 2015.

No entanto, a desaceleração no ritmo das contratações já leva os consumidores a olharem com cautela o mercado de trabalho nos próximos meses, e indicando certo ceticismo com o emprego no futuro.

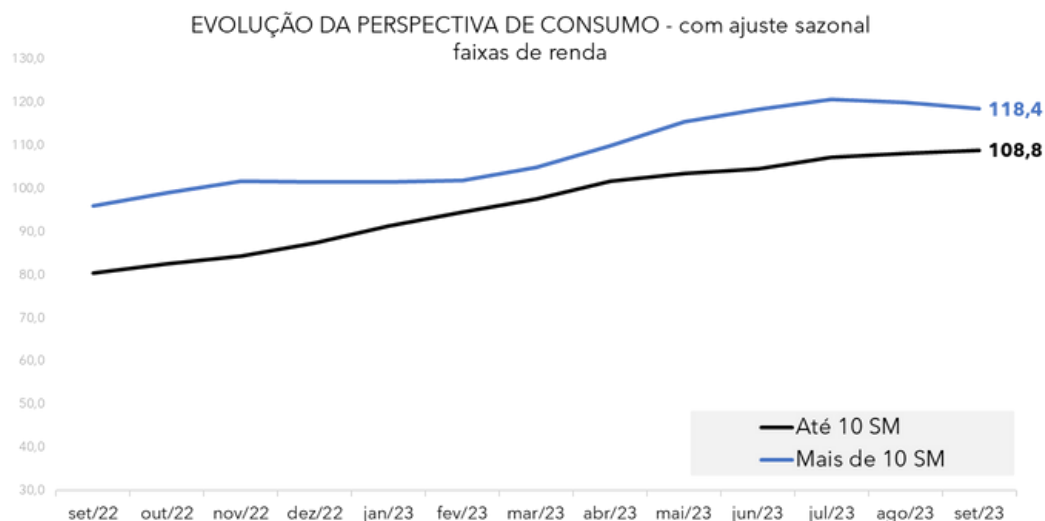
O início do ciclo de redução dos juros também impactou positivamente a percepção sobre o acesso ao crédito: cresceu a proporção de pessoas afirmando que está mais fácil obter crédito (29,3% do total) do que no mesmo período do ano passado.

Destacamos, porém, que o endividamento e a inadimplência ainda elevados limitam a capacidade de consumo das famílias e os efeitos benéficos da maior renda disponível com a desaceleração inflacionária e as políticas de transferência de renda.

## FAMÍLIAS DE ALTA RENDA MAIS CAUTELOSAS PARA CONSUMIR

A Intenção de Consumo das famílias com renda de até 10 salários mínimos ficou imóvel na passagem de agosto para setembro (0%), e diminuindo entre as famílias com maior renda (-0,3%).

Com a proximidade das datas comemorativas mais relevantes do calendário do varejo, a propensão do consumidor de renda média e baixa para compras nos próximos meses avançou (+0,7%), mas caiu 1,3% entre os consumidores de renda alta. Ainda assim, o índice de expectativa de compra para o grupo de maior renda está em patamar mais alto do que entre os considerados mais pobres.

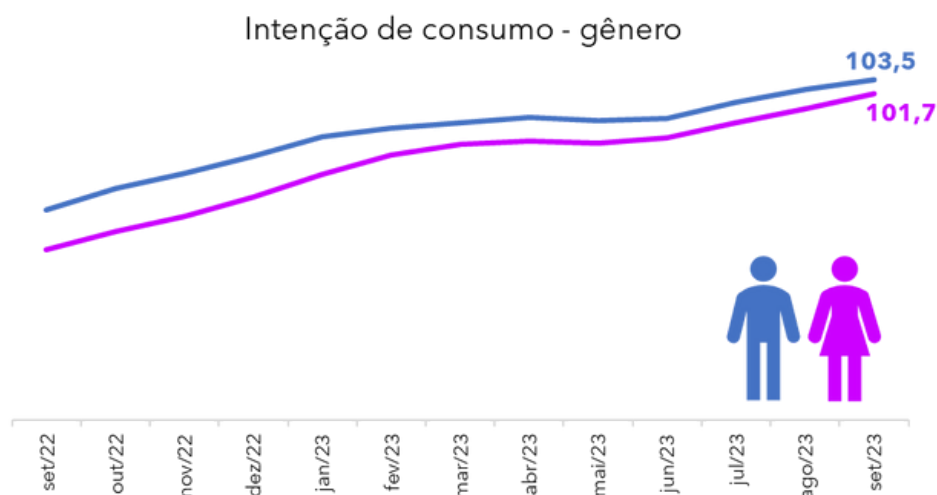


Esse consumidor com mais de 10 SM de renda aumentou o ceticismo em relação ao futuro no emprego, com o indicador de perspectiva profissional caindo 2,3% entre eles. Para as pessoas de menor renda, a expectativa profissional também piorou, em menor intensidade (-1,5%).

## MULHERES MAIS DISPOSTAS A CONSUMIR NO ÚLTIMO TRIMESTRE DO ANO

No recorte por gênero, a intenção de consumo das mulheres superou os 100 pontos (101,7) pela primeira vez na série histórica. O avanço na intenção de consumir em setembro, com relação ao mesmo mês do ano passado, foi maior entre elas (24,4%) do que entre os homens (19,2%).

No público feminino, 40,4% pretendem comprar mais nos próximos meses, alta de 13,8 p.p., enquanto essa proporção chegou a 39,4% entre os homens, avanço de 10,9 p.p.



### 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*.