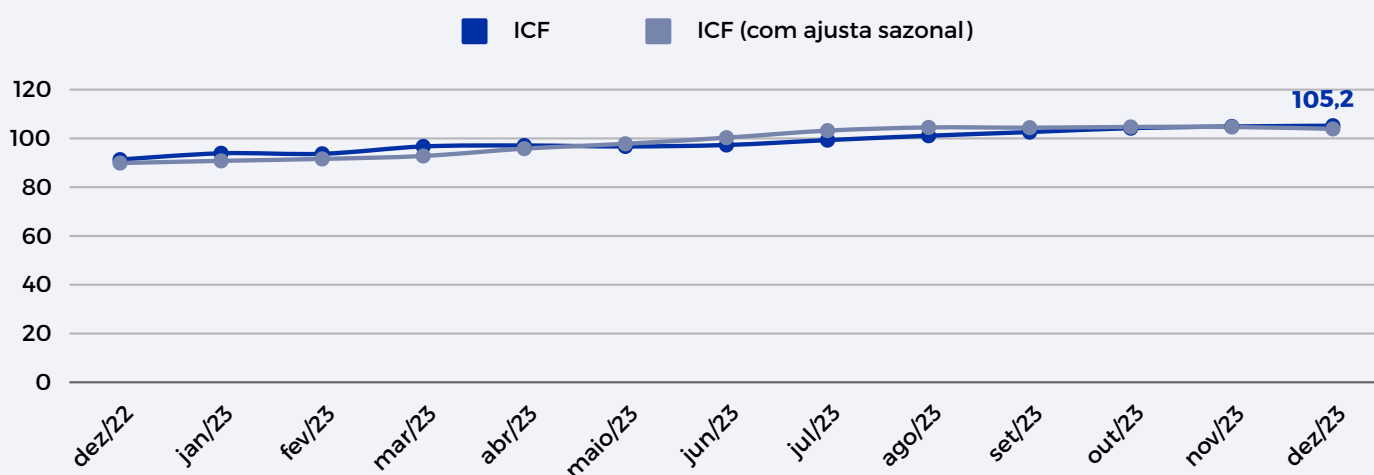


Edição Dezembro 2023

INTENÇÃO DE CONSUMO APRESENTA PRIMEIRA QUEDA DOS ÚLTIMOS DOIS ANOS

Melhora da percepção da renda não é suficiente para evitar queda da intenção de consumo, com desaquecimento do mercado de trabalho levando a uma maior cautela dos consumidores.

Intenção de Consumo das Famílias - Evolução do Índice



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) teve queda de 0,7% em dezembro, descontados os efeitos sazonais, primeiro resultado negativo desde dezembro de 2021. Esse resultado já era esperado, tendo em vista a desaceleração do indicador nos meses anteriores. Mesmo assim, o nível de satisfação (acima dos 100 pontos) foi mantido, sendo o maior patamar desde março de 2015. Na comparação anual, houve crescimento de 15,3%, uma redução em relação ao resultado de novembro, com recuo no avanço em todos os subindicadores analisados, permanecendo na tendência de desaquecimento do consumo.

ÍNDICE	dez/23	Variação mensal*	Variação anual
Emprego atual	127,0	-0,3%	+9,1%
Renda atual	122,9	+0,1%	+15,8%
Nível de consumo atual	91,5	-1,1%	+20,5%
Perspectiva profissional	117,9	-1,3%	+9,5%
Perspectiva de consumo	109,8	-1,9%	+17,3%
Acesso ao crédito	95,6	-0,4%	+6,7%
Momento para duráveis	71,7	-0,4%	+44,7%
ICF	105,2	-0,7%	+15,3%

* com ajuste sazonal

A renda extra de fim do ano, gerada pelo 13º e pela contratação temporária no período de festas, incentivou a percepção de renda das famílias, tanto que o subindicador Renda Atual foi o único com crescimento mensal (0,1%). Contudo, é importante ressaltar que o incremento foi o mais fraco desde o ano passado.

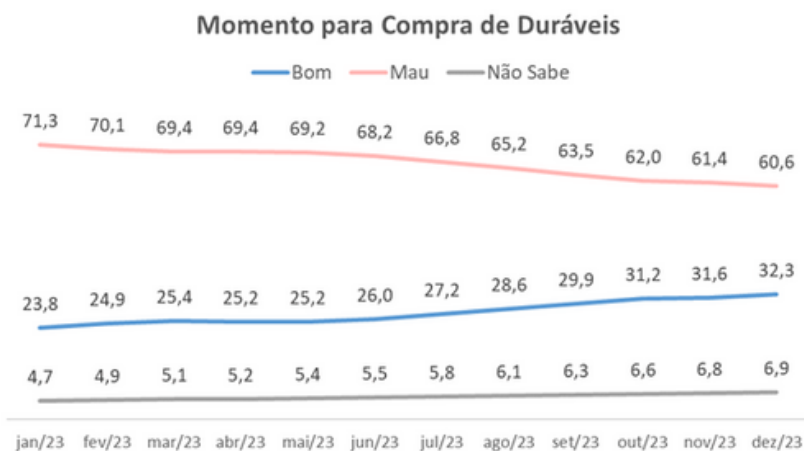
Além disso, o avanço no mercado de trabalho não foi suficiente para aumentar a percepção em relação ao momento atual do emprego, com o saldo líquido de novos postos de trabalho crescendo 3,4% em 12 meses até outubro, abaixo do avanço observado no mesmo mês do ano passado, 5,8%, segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged).

O fato de nem sempre os novos funcionários serem efetivados causa incerteza em relação aos próximos meses, levando a uma queda de 1,3% na perspectiva profissional, a segunda menor taxa do mês. Essa sensação das famílias corrobora a queda da intenção de contratação dos varejistas vista no Índice de Confiança do Empresário do Comércio (Icec) da CNC.

O destaque negativo de dezembro ficou novamente a cargo da perspectiva de consumo, assim como em novembro, tendo a segunda queda mensal consecutiva. Mesmo com essa percepção mais pessimista, o subindicador alcançou 109,8 pontos, revelando satisfação dos consumidores em relação às perspectivas futuras. Demonstra que eles enxergam uma melhora do ambiente econômico para os próximos meses, dado que o nível de consumo atual teve resultado de 91,5 pontos, ainda abaixo da neutralidade.

Apesar do desaquecimento na comparação anual, as taxas continuam sendo expressivas, com o subindicador de momento para compra de duráveis com crescimento de 44,7% em relação ao resultado de dezembro do ano passado. Este permanece sendo o menor subindicador dentre os itens analisados, com 71,7 pontos; no entanto, é a maior pontuação desde o período pré-pandemia.

A maior parte dos consumidores acredita ser um mau momento para compras desses bens (60,6%), no entanto a parcela que acredita ser um bom momento (32,3%) vem aumentando desde maio deste ano e alcançou o maior percentual desde março de 2020. Esse avanço pode ser justificado por alguns fatores, dentre eles a queda dos juros (11,75%), o programa Desenrola, o aumento da renda média e a queda do endividamento e inadimplência das famílias¹.



O consumo de bens com ticket médio maior, como os duráveis, depende diretamente da renda dos consumidores e do crédito disponível, que geram uma sensação de aumento do poder de compra. Somado a esses fatores, a redução do endividamento e inadimplência das famílias melhora a oferta de crédito para as famílias, corroborando a melhoria do indicador de percepção de momento para compra de duráveis.

Os juros da economia possuem uma relação inversa com o consumo. As quedas persistentes da taxa de juros básica da economia (Selic) reduzem o custo de capital para os consumidores, sendo um importante fator para a retomada do consumo de bens com ticket médio maior, pois os consumidores usualmente precisam recorrer ao crédito e a modalidades de parcelamento para aquisição.

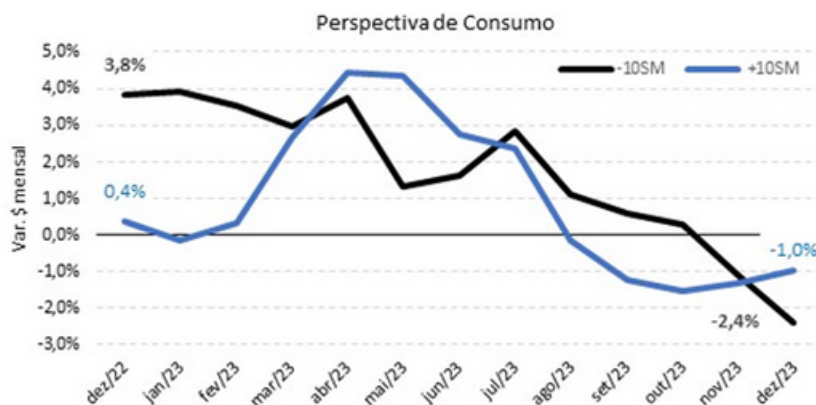
¹ Para mais detalhes sobre endividamento e inadimplência das famílias, ver relatório Peic – novembro 2023.

ICF POR FAIXA DE RENDA

A queda da intenção de consumir em dezembro foi puxada principalmente pelas famílias com renda abaixo de 10 SM (-0,9%), apesar de as que possuem maior renda também terem tido retração (-0,1%).

“QUEDA DA PERSPECTIVA DE CONSUMO DOS CONSUMIDORES DE MENOR RENDA PODE REPRESENTAR MELHOR GESTÃO ORÇAMENTÁRIA OU PROBLEMAS PARA ESSES CONSUMIDORES”

A perspectiva de consumo continuou sendo o subindicador de maior queda dentre as famílias de menor renda (-2,4%). Embora o momento seja propício para o consumo por causa da renda extra do 13º, a redução do endividamento e da inadimplência, observada na Peic, releva que as famílias estão direcionando o orçamento para organizar as suas finanças em 2024.



Essa classe de consumidores ocupa predominantemente posições de maior volatilidade no mercado de trabalho e com menor renda. Por isso, a queda da perspectiva também pode representar desafios que estejam enfrentando em seus empregos, conforme indicado pela queda de ambos os indicadores relacionados ao emprego, ICF – Emprego Atual e ICF – Perspectiva Profissional. Isso acende uma luz amarela, pois os problemas citados podem não estar precificados nos indicadores formais.



“PERSPECTIVA DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS DE MAIOR RENDA SINALIZA UMA ANTECIPAÇÃO DAS COMPRAS DE FIM DE ANO DESSES CONSUMIDORES”

Em relação aos consumidores de maior renda, o momento para compra de duráveis (-1,9%) foi o item que apresentou maior queda. Esses consumidores não são tão vulneráveis às variações de juros e renda, pois possuem maior poupança e normalmente estão alocados em posições mais estáveis no mercado de trabalho. Destaca-se que a perspectiva de consumo dessa parcela da população estava muito aquecida no início do ano, indicando que esses consumidores anteciparam o consumo de fim de ano em 2023, sendo a possível principal queda das quedas nesse subindicador, nos últimos meses.

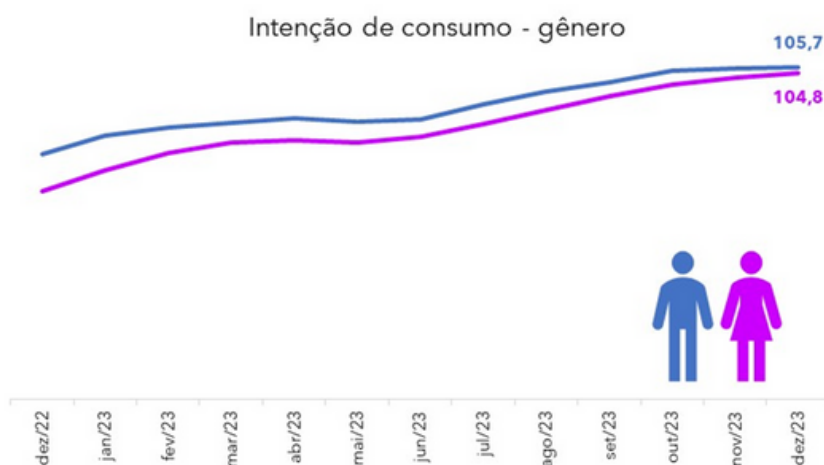
INTENÇÃO DE CONSUMO DOS GÊNEROS SE APROXIMA

No recorte por gênero, a intenção de consumo das mulheres avançou mais do que a dos homens na comparação anual (+18,4% e 12,8%, respectivamente), aproximando ainda mais os indicadores, apesar de já demonstrar uma desaceleração do crescimento em ambos os casos.

O destaque foi o avanço no nível de consumo atual, repetindo a tendência de crescimento maior entre o público feminino (27,8% contra 15,2%). Porém, semelhante ao resultado geral, os subindicadores da perspectiva de consumo estão em níveis mais elevados, já em âmbito satisfatório, do que os que representam o consumo atual, mostrando que os dois grupos possuem percepção mais favorável para os próximos meses.

As mulheres devem continuar sendo as principais responsáveis pelo aquecimento do comércio, visto que a maioria delas (41,5%) pretende ampliar o consumo nos próximos meses. Essa proporção alcançou 39,3%, dentre o público masculino, uma redução em relação ao percentual de novembro (39,6%).

Com um menor percentual de mulheres fazendo parte do trabalho informal, 37%, no terceiro trimestre, contra 40% de homens, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), elas se sentem mais seguras com sua renda para consumir. Também contribuiu para o maior aquecimento do consumo feminino o fato de o rendimento médio real delas estar avançando em um ritmo mais elevado, 4,5%, do que o dos homens, 4,0%.



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.