

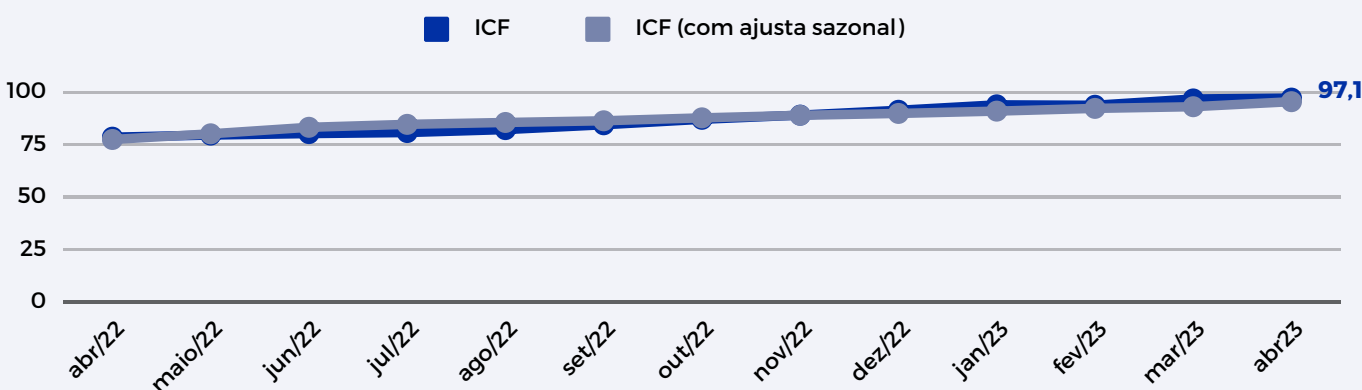


Edição Abril 2023

# OTIMISMO DO CONSUMIDOR RETOMA FÔLEGO E CRESCE COM INFLAÇÃO MENOR

Dinâmica favorável dos preços faz intenção de compras crescer ao maior patamar em três anos. Otimismo do consumidor de menor renda acelera.

## Intenção de Consumo das Famílias - Evolução do Índice



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) voltou a acelerar, avançou 3,1% em abril, descontados os efeitos sazonais, e atingiu o maior nível (97,1 pontos) desde março de 2020.

A alta reverteu a desaceleração apontada em março. Com a inflação caindo mais do que o esperado e passado o primeiro trimestre em que os orçamentos estavam comprometidos com despesas sazonais, o consumidor começou o segundo trimestre mais disposto a consumir.

A satisfação com o nível de consumo atual registrou a maior alta (+4,8%) em abril. Embora o indicador esteja na zona negativa (81,4 pontos), o crescimento foi o mais expressivo desde maio de 2018. Os consumidores também apontaram maior intenção de consumo de produtos duráveis, mas a alta tem relação com a base de comparação muito baixa.

| Índice                   | ABR/23      | Variação mensal* | Variação anual |
|--------------------------|-------------|------------------|----------------|
| Emprego atual            | 124,4       | +1,3%            | +16,8%         |
| Renda atual              | 114,7       | +3,0%            | +29,1%         |
| Nível de consumo atual   | 81,4        | +4,8%            | +32,1%         |
| Perspectiva profissional | 112,8       | +2,9%            | +18,9%         |
| Perspectiva de consumo   | 103,8       | +4,2%            | +33,5%         |
| Acesso ao crédito        | 90,1        | +0,9%            | +10,8%         |
| Momento para duráveis    | 55,8        | +6,2%            | +34,4%         |
| <b>ICF</b>               | <b>97,1</b> | <b>+3,1%</b>     | <b>+23,7%</b>  |

\* com ajuste sazonal

A avaliação da renda atual avançou 3%, e o indicador chegou ao maior nível (114,7 pontos) desde antes da pandemia (março de 2020). A proporção de consumidores considerando a renda hoje melhor do que há um ano (35,8%) também é a maior em três anos.

A evolução da inflação em março surpreendeu positivamente, o IPCA anual alcançou 4,65%, abaixo do esperado pelo mercado e dentro do intervalo da meta de inflação do Banco Central (4,75%). Além disso, a inflação de serviços caiu, e o índice de difusão, que representa a quantidade de itens que tiveram aumento de preços, é o segundo menor desde agosto de 2020.

A dinâmica mais favorável do nível de consumo atual também está associada à maior satisfação com o emprego. A contínua geração de vagas formais pelo setor de serviços com contratações de pessoas com menor nível de escolaridade fez o índice (121,4 pontos) alcançar o maior nível entre todos os indicadores da pesquisa.

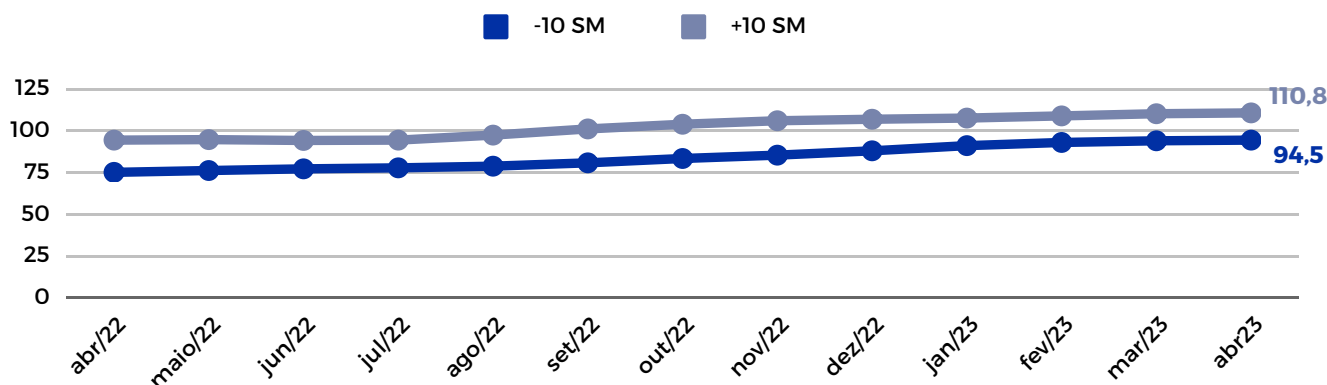
## INFLAÇÃO MAIS BAIXA FAZ INTENÇÃO DE CONSUMIR ACELERAR ENTRE MAIS POBRES

A intenção de consumir novamente avançou mais no mês entre os consumidores de renda mais elevada, mas, entre as famílias mais pobres, a taxa de crescimento acelerou (3%), no contexto de inflação mais contida e orçamentos menos comprimidos por despesas típicas do primeiro trimestre.

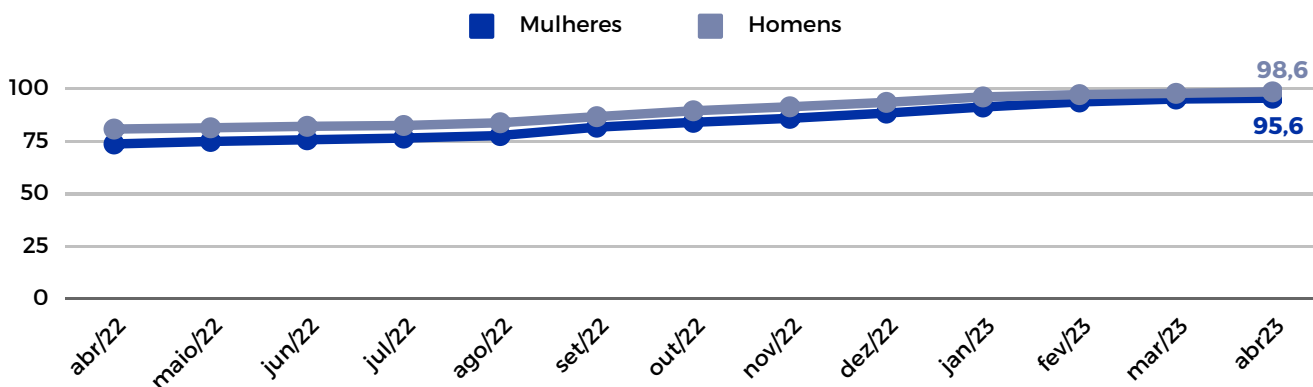
| ÍNDICE                      | abr/23 | Variação mensal* | Variação anual |
|-----------------------------|--------|------------------|----------------|
| Até 10 salários mínimos     | 94,5   | +3,0%            | +25,6%         |
| Mais de 10 salários mínimos | 110,8  | +3,4%            | +17,3%         |
| ICF                         | 97,1   | +3,1%            | +23,7%         |

\* com ajuste sazonal

Essa dinâmica de aceleração da intenção de compra entre os consumidores de menor renda fez os índices das duas faixas de rendimento se aproximarem. O volume de consumidores com até 10 SM considerando a renda atual melhor do que há um ano (34%) também é o maior em três anos.



No recorte por gênero, o otimismo entre as mulheres vem crescendo, o que aproximou a intenção de consumir dos dois grupos. O indicador avançou 29,4% em um ano para o público feminino, enquanto a intenção de compra cresceu 21,9% entre os homens no período. Com mais mulheres ingressando no emprego formal desde o ano passado, a percepção delas sobre a segurança no emprego e na fonte de renda também tem melhorado.



## 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*.

**Confederação Nacional do Comércio de Bens,  
Serviços e Turismo (CNC)**

**economiainovacao@cnc.org.br  
(21) 3804-9200  
portaldocomercio.org.br**