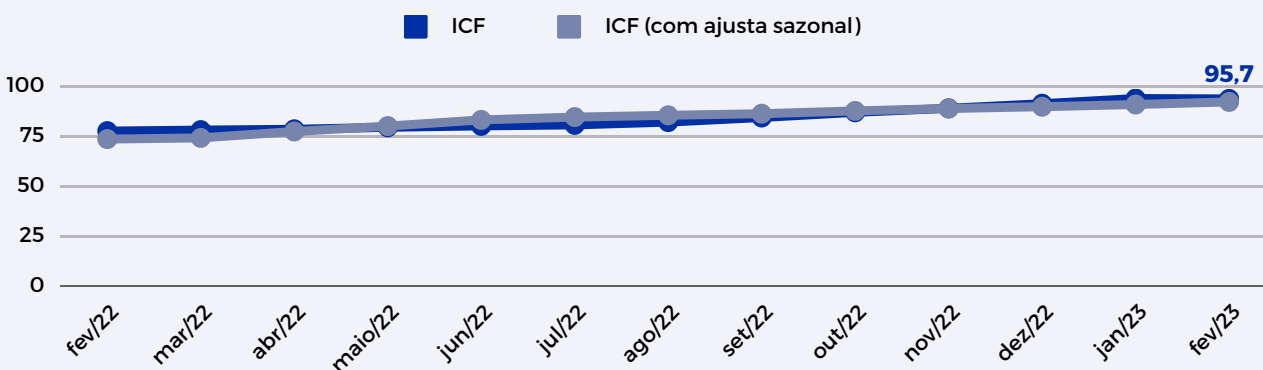


Edição Fevereiro 2023

INTENÇÃO DE CONSUMO ENTRE OS MAIS POBRES RETOMA NÍVEL PRÉ PANDEMIA

Melhora na avaliação da renda e perspectiva de ampliar consumo à frente puxaram a intenção de consumir em fevereiro. Crédito caro e seletivo é apontado como entrave.

Intenção de Consumo das Famílias - Evolução do Índice



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) avançou +1,3% em fevereiro descontados os efeitos sazonais, e atingiu o maior nível (95,7 pontos) desde antes da pandemia (março de 2020).

A perspectiva de consumo destacou-se com o maior crescimento em fevereiro (+3,5%), indicando que os consumidores em geral esperam condições de consumo melhores nos próximos meses do que eles encontram hoje. Como o sonho costuma ser melhor do que a realidade, desde outubro do ano passado a perspectiva de consumo tem avançado mais do que o nível de consumo atual.

Índice	FEV/23	Variação mensal*	Variação anual
Emprego atual	119,7	+0,2%	+20,2%
Renda atual	111,0	+1,6%	+30,8%
Nível de consumo atual	79,7	+0,8%	+27,8%
Perspectiva profissional	111,4	+0,4%	+22,8%
Perspectiva de consumo	101,8	+3,5%	+25,8%
Acesso ao crédito	91,3	-0,5%	+12,9%
Momento para duráveis	54,8	+1,1%	+26,0%
ICF	95,7	+1,3%	+23,3%

* com ajuste sazonal

Para 35% dos consumidores a renda hoje está melhor do que em fevereiro de 2022, quando apenas 21,7% das famílias tinham essa avaliação positiva.

A inflação geral mais contida tem beneficiado a renda disponível, mesmo com o maior endividamento dos consumidores. O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) anual em janeiro cresceu 5,77%, enquanto em igual período de 2022 o índice havia registrado alta de 10,5%.

A maior intenção de consumo em fevereiro vem das famílias de menor renda. O índice desse grupo ainda está abaixo dos 100 pontos, na zona negativa (93,1 pontos), mas o nível é o maior desde março de 2020, antes da pandemia de Covid-19.

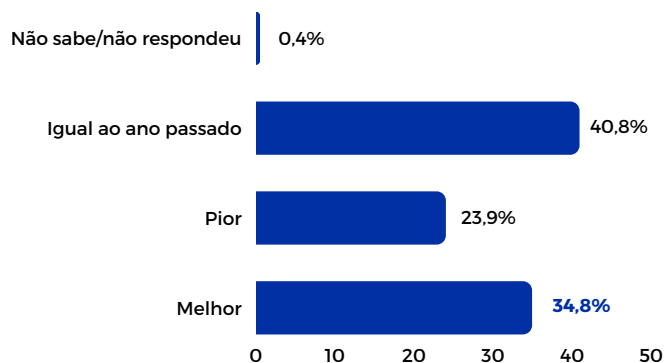
Esses consumidores acreditam que as condições de consumo vão melhorar nos próximos meses. Por outro lado, pela primeira vez desde janeiro de 2022, o indicador de acesso ao crédito caiu (-0,5%, 85,5 pontos). A alta dos juros e o avanço da inadimplência encarecem e reduzem a oferta de recursos pelas instituições financeiras.

Os consumidores com maior renda estão mais cautelosos: a intenção de consumo manteve-se estável entre janeiro e fevereiro. Eles estão menos satisfeitos com o emprego e com o nível de consumo atual, pois estão pagando mais caro pelos serviços em geral. Além disso, também estão descontentes com a perspectiva profissional e com o acesso ao crédito, que está mais caro e seletivo também para esses consumidores

No recorte por gênero, a intenção de consumo das mulheres novamente avançou mais em fevereiro (+2,7%), mesmo movimento observado mês passado. Elas estão mais otimistas do que os homens com o consumo no curto prazo. O público masculino mostrou-se menos satisfeito com o emprego e com as compras à prazo.

Na separação por faixa de idade, a intenção de consumo das pessoas com mais de 35 anos cresceu mais no mês (+2,3%) e no ano (+25,4%) do que entre os jovens, principalmente porque é melhor a avaliação dos consumidores com mais idade sobre a renda atual, do que entre os mais novos. Por outro lado, são os consumidores com mais de 35 anos os que apontam maiores dificuldades de acesso ao crédito.

Avaliação da renda atual



ÍNDICE	fev/23	Variação mensal*	Variação anual
Até 10 salários mínimos	93,1	+1,1%	+25,9%
Mais de 10 salários mínimos	109,0	+0,1%	+15,3%
ICF	99,1	+1,3%	+23,3%

ÍNDICE	fev/23	Variação mensal	Variação anual
Homens	97,3	+1,2%	+23,1%
Mulheres	93,8	+2,7%	+26,0%

ÍNDICE	fev/23	Variação mensal	Variação anual
Até 35 anos	101,3	+1,3%	+21,6%
Mais de 35 anos	90,4	+2,3%	+25,4%

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*.