

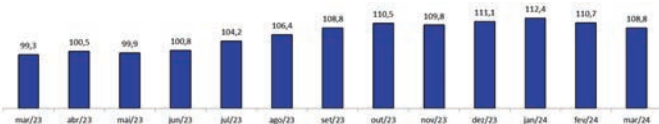
# INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAI PELO SEGUNDO MÊS CONSECUTIVO

## Capixabas podem ter priorizado pagar dívidas em atraso

Elaborado por: Ana Carolina Julio e Andre Spalenza.

Este documento apresenta o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), com o propósito de discernir padrões dentro do setor, fornecendo informações qualificadas para orientar o processo decisório. O ICF avalia a disposição das famílias em relação ao consumo de bens e serviços, refletindo seu nível de satisfação ou insatisfação nas áreas de emprego, renda e capacidade de consumo. Destaca-se que o índice registrou crescimento nos meses de dezembro/23 e janeiro/24, seguido de uma queda em fevereiro, e outra em março de 2024, porém segue no nível de satisfação com 108,8 pontos.

### Evolução do ICF em Pontos, ES, Março/2023 a Março/2024



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Destaca-se ainda que, na comparação com março de 2023 o indicador apresentou crescimento de 9,6%.

### Resultado geral, ES, Março 2024

	Mar/24 x Fev/24	Mar/24 x Mar/23	Índice em ponto
Brasil	-1,5%	7,7%	104,1
Espírito Santo	-1,7%	9,6%	108,8

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No contexto brasileiro, o indicador experimentou uma queda de 1,5% entre fevereiro de 2024 e março de 2024. Quando comparado a março de 2023, o índice apresentou um aumento de 7,7%. No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 104,1 pontos.

No Espírito Santo observou-se uma queda de 1,7% na transição de fevereiro de 2024 para março de 2024. Ao ser contrastado com o mesmo mês de



2023, evidenciou-se uma elevação de 9,6%. O indicador permanece no patamar de satisfação, alcançando a marca de 108,8 pontos.

Com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais abrangente do índice geral, apresentam-se a seguir os sete subíndices que o constituem.

### Subíndices<sup>1</sup>, ES, Março 2024

Subíndices	Índice Mar/24 X Índice Fev/24	Índice Mar/24 X Índice Mar/23	Índice em pontos
Segurança em relação ao Emprego Atual	0,2 %	7,2 %	128
Perspectivas de melhores Condições Profissionais	-1,1 %	-6,6 %	102,8
Satisfação com a Renda Atual	0,6 %	12,0 %	126,6
Acesso ao crédito	-1,0 %	10,8 %	106,4
Nível de Consumo Atual	-2,4 %	10,9 %	88,9
Perspectivas de Consumo	-3,3 %	9,3 %	128,6
Avaliação do momento para Compra de bens duráveis	-6,1 %	37,2 %	80,8

Fonte: Adaptado de CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota-se que, na comparação entre Março de 2024 e Fevereiro de 2024, o destaque se dá para “Segurança em relação ao Emprego Atual” (+0,2%) e “Satisfação com a Renda Atual” (0,6%), como indicadores que se mantiveram estáveis na passagem de fevereiro para março.

Apesar da queda mensal dos indicadores, de forma geral, observa-se que seis, dos sete indicadores, se encontram em crescimento ao se comparar com o mesmo período do ano passado. Na avaliação interanual, destaca-se “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis”, crescendo 37,2 % frente a março de 2023. Todavia, é importante destacar que esse subíndice não encontra-se no nível de satisfação, estando abaixo de 100 pontos. Exemplos comuns de bens duráveis incluem eletrodomésticos (geladeiras, fogões, máquinas de lavar), eletrônicos (televisores, computadores).

O item “Perspectivas de Consumo” foi o que apresentou a maior pontuação (128,6 pontos), seguido por “Segurança em relação ao emprego atual” (128 pontos). Destaca-se ainda, que cinco, dos sete subíndices encontram-se acima do nível de satisfação de 100 pontos.

## O que está acontecendo?

No mês de março, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo registrou uma diminuição de 1,7%. Contudo, o índice se mantém acima do patamar de satisfação, de 100 pontos, indicando uma perspectiva positiva entre os consumidores. Na análise interanual, comparando com o mesmo período do ano anterior, há um aumento de 9,6% no ICF, sugerindo uma melhoria na intenção de consumo, possivelmente influenciada por fatores econômicos como a estabilidade no emprego e aumento de renda.

A redução da inadimplência das famílias, observada no Espírito Santo, em que a taxa fechou fevereiro em 36,7%<sup>1</sup> — o menor dos últimos 13 meses —, reflete um momento de cautela por parte dos consumidores. Para cumprir com suas obrigações financeiras, muitas famílias podem ter optado por recorrer aos seus recursos disponíveis, destinando-os ao pagamento de dívidas em atraso. Os recursos que poderiam ser destinados a novas aquisições são, em vez disso, direcionados para a quitação de dívidas, impactando o ICF.

Destaca-se, porém, que mesmo com a diminuição do ICF, os subíndices relacionados à Satisfação com a Renda Atual e à Segurança em relação ao Emprego Atual se mantiveram estáveis. Isso sugere que, embora as famílias estejam priorizando o pagamento de suas dívidas em detrimento do consumo, essa escolha não parece estar sendo motivada por um sentimento de insatisfação com a renda ou por insegurança quanto à estabilidade do emprego. Pelo contrário, a estabilidade nesses subíndices pode indicar um nível de confiança que permite às famílias adotar uma postura mais conservadora em relação às suas finanças, priorizando a saúde financeira a longo prazo em detrimento de gastos imediatos. Com um consumidor mais responsável, se abre espaço para que promoções e eventos como a Semana do Consumidor estimulem a intenção de compra. Essas ações comerciais podem dinamizar o mercado ao oferecer descontos e condições vantajosas.

### Notas

- O ICF é um índice publicado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e
- O índice varia de 0 a 200 pontos, na qual abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação e acima de 100 indica satisfação com as variáveis estudadas.
- Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
- A pesquisa é realizada com cerca de 500 famílias residentes no município de Vitória – ES;
- Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
- O tratamento e a análise dos dados de Vitória-ES são realizados pela Assessoria Econômica da Fecomércio-ES.

<sup>1</sup> **Subíndices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

**Perspectivas Profissionais:** Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

**Renda Atual:** Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

**Compra a Prazo:** Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

**Nível de Consumo Atual:** Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

**Perspectivas de Consumo:** Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

**Momento para Duráveis:** Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

<sup>1</sup> Projeto Connect fecomércio. Peic. Março/2024

**EXPEDIENTE:** Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Reveni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Wendel Alexandre | Tel.: 3205-0706 | [www.fecomercio-es.com.br](http://www.fecomercio-es.com.br)