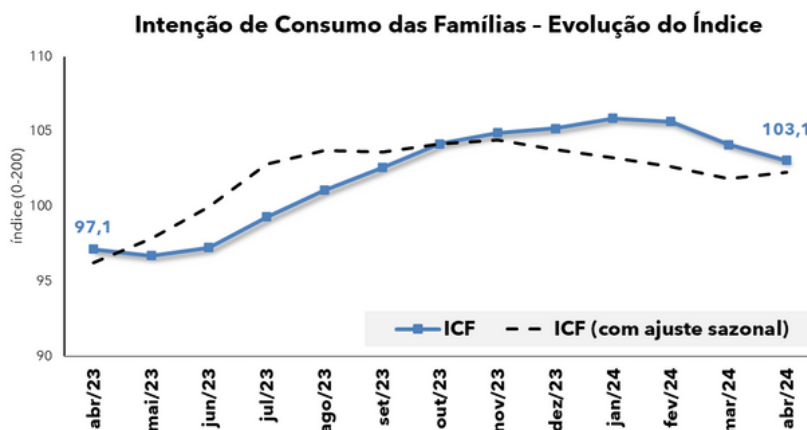


Edição Abril 2024

# INTENÇÃO DE CONSUMO AVANÇA PELO PRIMEIRO MÊS

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) teve a primeira alta após quatro quedas (+0,4%), incentivada pela melhora da perspectiva de consumo e do acesso ao crédito tanto por famílias de baixa renda quanto por famílias mais ricas



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) avançou +0,4% em abril, descontados os efeitos sazonais, primeiro resultado positivo após quatro meses de queda, maioria dos componentes em alta com exceção de momento para duráveis

Índice	Abr/24	Variação mensal*	Variação anual
Emprego atual	126,5	+0,5%	+4,2%
Renda atual	123,7	+0,2%	+7,8%
Nível de consumo atual	88,8	+1,4%	+9,1%
Perspectiva profissional	114,6	+0,2%	+1,7%
Perspectiva de consumo	106,7	+1,4%	+2,8%
Acesso ao crédito	94,1	+0,9%	+4,4%
Momento para duráveis	67,1	-0,4%	+20,3%
<b>ICF</b>	<b>103,1</b>	<b>+0,4%</b>	<b>+6,1%</b>

\* com ajuste sazonal

A continuação das variações anuais positivas mostra que há recuperação em relação aos anos anteriores; no entanto, vem desacelerando e foi ainda menor que a do mês anterior (+7,7%).

As melhores taxas de juros para as pessoas físicas neste início de ano, alcançando o menor patamar em fevereiro deste ano desde junho de 2022 (52,5%), estão sendo acompanhadas pela menor inadimplência dos consumidores (5,5%), retornando ao nível de julho de 2022. O melhor desempenho da disponibilidade de crédito desempenha um papel importante no consumo das famílias e contribui para a retomada do indicador.

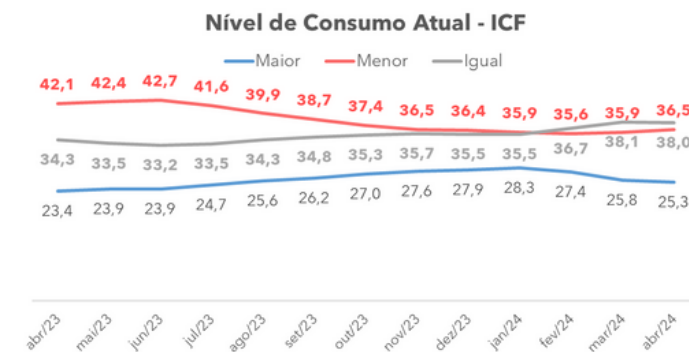
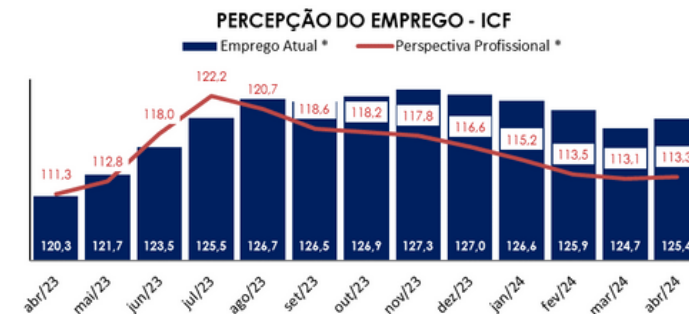
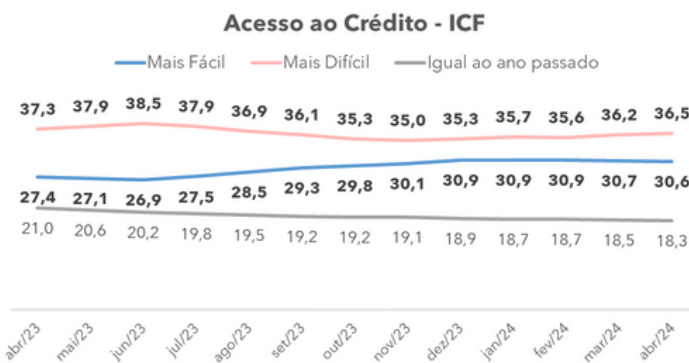
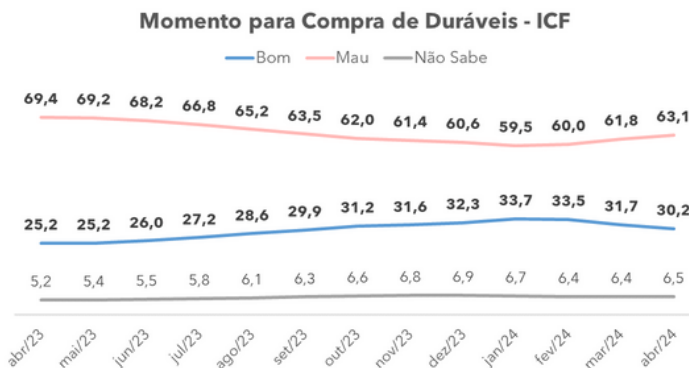
Apesar de alguns aspectos favoráveis, como mencionado, ainda há desaceleração do saldo da carteira de crédito das pessoas físicas ao longo de 12 meses. Isso indica uma redução da disponibilidade desses recursos. Embora as famílias consigam cumprir suas dívidas em atraso, os bancos estão adotando uma postura mais cautelosa ao conceder empréstimos. Além disso, os consumidores estão priorizando o ajuste de seus orçamentos, em vez de aumentar seu endividamento.

Os produtos duráveis, sendo mais sensíveis às mudanças de crédito, retomaram seu crescimento. O item Momento para Duráveis - ICF teve a aumento da sua taxa mensal (+0,4%) e ainda apresenta o maior avanço anual de abril (+20,3%). Pelo terceiro mês seguido, houve aumento da proporção de famílias que consideram um mau momento para compra desses bens, obtendo a maior parcela desde setembro de 2023 (63,5%).

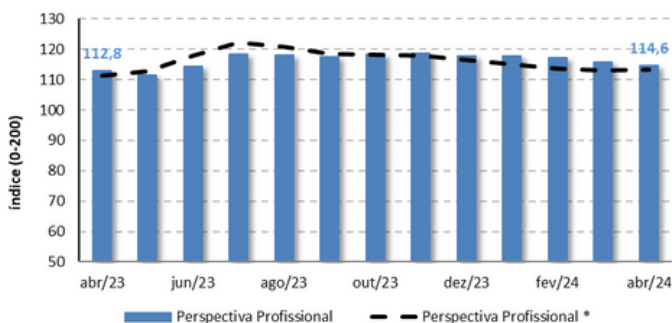
A Percepção de Acesso ao Crédito - ICF avançou tanto no resultado mensal quanto no anual. O desempenho positivo do indicador em abril (+0,9%) evidencia a melhora do mercado de crédito mencionada anteriormente. Neste mês, 30,6% dos consumidores consideram mais fácil o acesso ao crédito.

Outro fator que influencia o consumo é o mercado de trabalho, que vem tendo crescimento, nos dois primeiros meses do ano, do estoque de trabalhadores do País. O Emprego Atual - ICF quebra a sequência de quatro taxas negativas (+0,4%). Em relação aos próximos meses, a Perspectiva Profissional interrompe uma sequência negativa ainda maior, de oito meses, atingindo resultado de +0,2% em abril. No comparativo anual, tanto Emprego Atual (+4,2%) quanto Perspectiva Profissional (+1,7%) permanecem positivos.

Com mercado de trabalho aquecido, perspectiva profissional crescendo e acesso ao crédito mais fácil, o Consumo Atual - ICF avançou, após quatro meses de baixa (+1,4%). Importante ressaltar que, ainda assim, o percentual de famílias que consideram seu nível de consumo menor que em 2023 vem crescendo (36,5%), mas a maior parte das famílias ainda considera seu consumo igual (38%).



A Perspectiva de Consumo – ICF teve alta em resultado mensal e anual; além disso, continuou acima do observado no nível de satisfação, com 106,7 pontos, diferentemente do consumo atual, que ainda está abaixo dos 100 pontos.

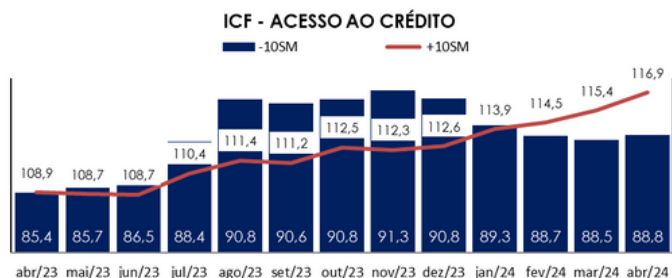


***“A melhora do acesso ao crédito e do mercado de trabalho viraram a chave do consumo este mês, e a intenção de compra ainda em nível satisfatório confirma essa perspectiva.”***

### FAMÍLIAS COM MENOR RENDA TÊM RETOMADA DO CONSUMO

A intenção de consumir em abril foi puxada positivamente pelas famílias nas duas perspectivas de renda. As famílias com renda acima de 10 salários mínimos tiveram alta de 0,8%, enquanto as famílias com renda menor que 10 salários subiram 0,4%.

Tanto as famílias consideradas mais ricas quanto as de renda menor apresentaram melhora da percepção do Acesso ao Crédito – ICF, registrando 1,2% e 0,4%, respectivamente. Com isso, é evidente que a melhora do acesso ao crédito está sendo percebida por todos os consumidores e não somente para os que têm condições melhores de pagamento.

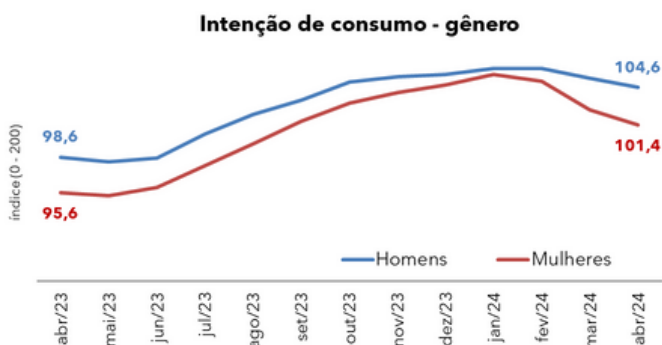


Nas famílias com menor renda, apenas o indicador de momento para duráveis registrou desempenho negativo (-0,4%), sendo a terceira queda consecutiva; enquanto o melhor resultado foi do indicador de perspectiva de consumo, mostrando que as famílias, embora com menor renda, estão animadas para consumir nos próximos meses. No recorte das famílias mais ricas, o indicador de emprego atual recuou 0,4% e o de perspectiva profissional ficou estável. Ademais, ao contrário das famílias abaixo de 10 salários mínimos, o indicador de momento para duráveis teve o melhor desempenho (+2,4%).

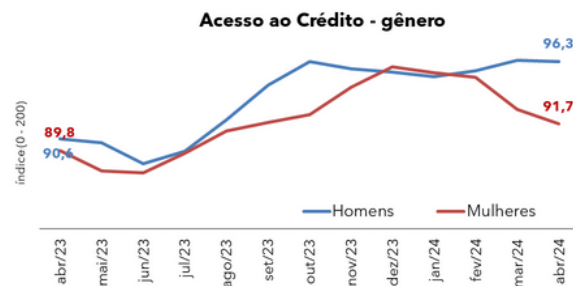
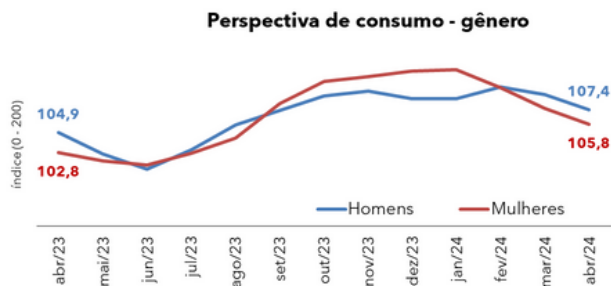
***“Famílias de menor renda têm acesso ao crédito restaurado e se sentem mais confiantes para consumir, nos próximos meses.”***

### FAMÍLIAS COM MENOR RENDA TÊM RETOMADA DO CONSUMO

A intenção de consumo apresentou recuo mensal em ambos os gêneros pelo segundo mês consecutivo, mais intenso entre as mulheres (-1,3%, contra -0,8% para os homens). Elas também apresentaram mais dificuldade de ter acesso ao crédito, com queda mensal de 1,1%, sendo a quarta alta seguida.



Dentre os homens, apenas o indicador de Emprego Atual teve alta (0,5%); enquanto entre as mulheres, nenhum dos indicadores registrou variação positiva no mês.



### Sobre a pesquisa:

A pesquisa nacional de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), apurada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), é um indicador antecedente do potencial das vendas no comércio. 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 em termos de seu emprego, renda e capacidade de consumo.

Todas as unidades da Federação são contempladas na pesquisa, totalizando 18 mil questionários, analisados mensalmente. Como as informações estão sujeitas ao comportamento sazonal da atividade econômica, as séries são dessazonalizadas por meio do método de médias móveis centradas, permitindo a comparação mensal (mês sobre o mês anterior) dos componentes.

A pesquisa é composta por sete itens. Emprego Atual, Renda Atual, Acesso ao Crédito e Nível de Consumo Atual comparam a percepção do consumidor em relação a igual período do ano anterior. Os demais itens referem-se à perspectiva de melhoria profissional para os seis meses seguintes, expectativas de consumo para os três meses seguintes e avaliação do momento atual quanto à aquisição de bens duráveis.