

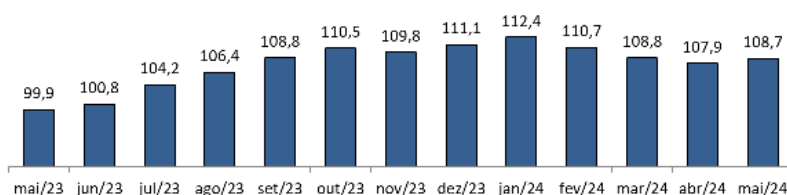
A INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS VOLTA A SUBIR APÓS 3 MESES DE QUEDA

Enquanto o ICF nacional se encontra estável, no ES o índice cresce 0,8 % em relação a Abril

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 de comportamento do consumidor, 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.

Evolução do ICF em Pontos, ES, Maio/2023 a Maio/2024



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

Destaca-se que o índice registrou crescimento nos meses de dezembro/23 e janeiro/24, seguido uma tendência de queda até abril de 2024, em maio porém, o índice volta a subir, demonstrando recuperação, com 108,8 pontos. Destaca-se ainda que, na comparação com maio de 2023 o indicador apresentou crescimento de 8,8%.



Resultado geral, ES, Maio 2024

| | Maio/24 x Abr/24 | Mai/24 x Mai/23 | Índice em pontos |
|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------|
| Brasil | -0,1% | 6,4% | 102,9 |
| Espírito Santo | 0,8% | 8,8% | 108,7 |

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

No contexto brasileiro, o indicador experimentou estabilidade, com queda de 0,1% entre abril de 2024 e maio de 2024. Quando comparado a maio de 2023, o índice apresentou um aumento de 6,4%. No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 102,9 pontos.

No Espírito Santo observou-se crescimento de 0,8% na transição de abril de 2024 para maio de 2024. Ao ser contrastado com o mesmo mês de 2023, evidenciou-se uma elevação de 8,8%. O indicador permanece no patamar de satisfação, alcançando a marca de 108,7 pontos.

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

Subíndices¹, ES, Maio 2024

| Subíndices | Mai/24 X Abr/24 | Mai/24 X Mai/23 | Índice em pontos |
|--|-----------------------|-----------------------|------------------|
| Segurança em relação ao Emprego Atual | 1,0 % | 8,9 % | 129,9 |
| Perspectivas de melhores Condições Profissionais | 2,9 % | 0,6 % | 107,7 |
| Satisfação com a Renda Atual | -1,1 % | 7,6 % | 126,2 |
| Acesso ao crédito | 1,7 % | 12,8 % | 110,1 |
| Nível de Consumo Atual | 0,4 % | 4,3 % | 86,5 |
| Perspectivas de Consumo | 1,7 % | 9,5 % | 127,9 |
| Avaliação do momento para Compra de bens duráveis | -1,9 % | 24,8 % | 72,8 |

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

Nota-se que, na comparação entre Maio de 2024 e Abril de 2024, o destaque se dá para “Perspectivas de melhores Condições Profissionais” (+2,9%) como indicador que mais avançou na passagem do mês.

Mesmo com o resultado geral positivo, porém, nota-se queda nos indicadores “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis” (-1,9%) e “Satisfação com a Renda Atual” (-1,1%)

Em relação ao mesmo período do ano passado, de forma geral, observa-se que todos os indicadores apresentaram crescimento. Na avaliação interanual, destaca-se “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis”, crescendo 24,8 % frente a maio 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 “Segurança em relação ao Emprego Atual” foi o que apresentou a maior pontuação (129,9 pontos), seguido por “Perspectiva de consumo” (127,9 pontos). Destaca-se ainda, que cinco, dos sete subíndices encontram-se acima do nível de satisfação de 100 pontos.

Opinião do Empresariado Capixaba:



Segundo **José Carlos Bergamin**, vice Presidente da **Fecomércio-ES** e diretor geral da marca **Konyk**: “maio é um período em que todo o varejo começa a trabalhar bem, e não só um setor. Por exemplo, quando você chega no começo do ano, há o problema do verão, que é muito recortado para um produto. Depois vem a questão das entradas das aulas, recortadas também para um público. E quando chega nessa época, ele é muito mais amplo, então isso que ajuda”.

“Maio é o mês das mulheres, das noivas, dos casamentos, das mães, e é um mês muito caracterizado da própria mulher e, no entanto, o segmento de vestuário masculino também está indo muito bem. Esse ano vemos o consumo indo bem, mesmo não tendo tido quedas de temperatura, que é uma coisa que eleva o consumo de alimentos, eventos, lazer, produtos um pouco mais caros, de maior valor, que é característico do inverno. E com isso, a gente acredita, já podemos afirmar quase com certeza, que nós vamos ter um nível muito bom.

Porque quando começa a subir, a curva não dá muitos atropelos nesse período, até porque é muito próprio da nossa região que haja uma melhoria do comércio nesse período por causa da própria estação”.

O que está acontecendo?

No mês de maio, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo mostrou sinais de recuperação após três meses de queda, sinalizando um comportamento mais otimista dos consumidores. Essa recuperação pode indicar um ajuste nas prioridades financeiras das famílias e uma melhoria na intenção de consumo.

O crescimento do ICF no Espírito Santo em maio se mostra melhor que o nacional, em que o índice permaneceu estável, com uma queda de 0,1%. No Brasil, a estabilidade do ICF pode estar relacionada à manutenção dos níveis de emprego e renda, além de um comportamento de consumo mais cauteloso, com a taxa de inadimplência se mantendo constante em abril.

A melhoria do ICF no Espírito Santo em maio é um sinal positivo, especialmente após três meses de quedas consecutivas. Embora a avaliação do momento para compra de bens duráveis tenha caído 1,9%, indicando que as famílias ainda estão relutantes em realizar grandes compras, houve um aumento nas "Perspectivas de Melhores Condições Profissionais" (2,9%) e no "Acesso ao Crédito" e nas "Perspectivas de Consumo", ambos crescendo 1,7% em relação a abril.

Este aumento pode estar relacionado à reorganização financeira das famílias após as despesas típicas de início de ano, permitindo que os consumidores capixabas gradualmente estejam mais dispostos a consumir.

Por fim, como os dados da pesquisa são coletados no final do mês, é possível que o dia das mães tenha impactado positivamente a intenção de consumo das famílias, já que essa data comemorativa é considerada o “Natal” do primeiro semestre. Segundo expectativa de vendas da equipe Connect a previsão era de uma movimentação de 262 milhões de reais.

Tendências

Em relação à intenção de consumo das famílias, a tendência é que o consumo permaneça em crescimento. Isso se deve principalmente ao mercado de trabalho aquecido e a época de safras, como a do café; bem como a chegada de datas importantes para o comércio, como o dia dos namorados, festas tradicionais e eventos culturais no interior do estado, comuns da época de inverno.

Além disso, segundo dados do Google Trends, na segunda quinzena de abril houve um aumento repentino nas pesquisas de itens de vestuário na sessão de compras, com destaque para os termos “Tênis – Artigo de vestuário”, “Calça – Peças de roupa”, “Roupa – Assunto” e “Bota – Artigo de vestuário”. Interessante notar que os itens buscados têm maior valor agregado e podem vir a se destacar nas próximas pesquisas de consumo.

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.

¹ 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.

² Projeto Connect Fecomércio. Expectativa de vendas dia das mães. Maio/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 : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br