



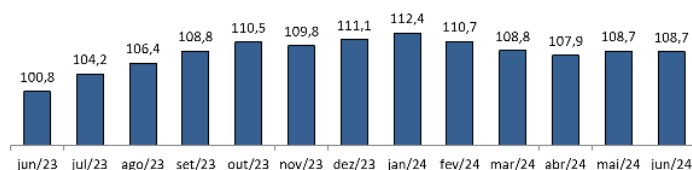
# INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS É MAIOR QUE A MÉDIA NACIONAL

No Espírito Santo o resultado se mostrou estável entre Maio e Junho

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, Junho/2023 a Junho/2024



Fonte: LNL. Elaboração: Equipe Connect Fecomercio-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 108,7 pontos, o que se manteve em junho. Destaca-se ainda que, na comparação com junho de 2023 o indicador apresentou crescimento de 7,8%.

Em relação ao Brasil, o índice capixaba se mostra maior, registrando 108,7 pontos enquanto o nacional registra 102,2.



### Resultado geral, ES, Maio 2024

	Jun/24 x Mai/24	Jun/24 x Jun/23	Índice em pontos
Brasil	-0,7%	5%	102,2
Espírito Santo	0%	7,8%	108,7

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

No contexto brasileiro, o indicador experimentou estabilidade, com queda de 0,7% entre maio de 2024 e junho de 2024. Quando comparado a junho de 2023, o índice apresentou um aumento de 5%. No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 102,2 pontos.

No Espírito Santo observou-se ainda maior estabilidade, na transição de maio de 2024 para junho de 2024 o indicador permanece no patamar de satisfação, mantendo a marca de 108,7 pontos. Ao ser contrastado com o mesmo mês de 2023, evidenciou-se uma elevação de 7,8%. Com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais abrangente do índice geral, apresentamos a seguir os sete subíndices que o constituem.

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

Subíndices	Jun/24 X Mai/24	Jun/24 X Jun/23	Índice em pontos
Segurança em relação ao Emprego Atual	2,8 %	9,7 %	133,5
Perspectivas de melhores Condições Profissionais	1,9 %	3,1 %	109,7
Satisfação com a Renda Atual	-0,9 %	4,7 %	125,1
Acesso ao crédito	-3,1 %	9,1 %	106,7
Nível de Consumo Atual	1,1 %	5,8 %	87,4
Perspectivas de Consumo	0,2 %	8,8 %	128,1
Avaliação do momento para Compra de bens duráveis	-3,8 %	17,5 %	70,0

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

Nota-se que, apesar do índice, como um todo, ter se mantido estável, os subíndices sofreram alterações na comparação entre Junho de 2024 e Maio de 2024. O destaque se dá para “Segurança em relação ao emprego atual” (+2,8%) como indicador que mais avançou na passagem do mês.

Nota-se queda nos indicadores “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis” (-3,8%) e “Acesso ao crédito” (-3,1%).

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 17,5 % frente a junho 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 (133,5 pontos), seguido por “Perspectiva de consumo” (128,1 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 junho, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo mostrou estabilidade. Após três meses de queda, maio demonstra crescimento, que segue no mês corrente. Tal resultado, acompanha a média nacional, em que o indicador também segue estável, com queda de 0,7%.

Em junho de 2024, a segurança em relação ao emprego atual mostrou uma melhoria tanto na comparação com o mês anterior quanto com o mesmo período do ano passado, o que pode estar relacionado a estabilidade no mercado de trabalho. As perspectivas de melhores condições profissionais também apresentaram crescimento, indicando um otimismo em relação a melhorias na carreira. Segundo os últimos dados do caged<sup>2</sup>, de janeiro a abril foram criados 22.907 novos empregos formais, o que pode estar refletindo nos subíndices do ICF.

O acesso ao crédito teve um aumento em relação ao ano anterior, porém uma redução na comparação com o mês de maio, o que pode refletir condições de crédito mais restritivas. Esse movimento pode estar relacionado a inadimplência que vem crescendo nos últimos meses.

Após um período de estabilidade, em maio, a inadimplência passou de 33,9% para 35,5% das famílias com contas em atraso, mostrando alta de 1,6 p.p.

Com mais consumidores enfrentando dificuldades para cumprir suas obrigações financeiras, as instituições financeiras adotam critérios mais rigorosos para a concessão de crédito, resultando em um acesso mais restrito, apesar do crescimento observado em um comparativo anual.

Apesar do acesso mais restritivo ao crédito, o nível de consumo atual mostrou sinais de recuperação, com aumentos na comparação mensal e também interanual. As perspectivas de consumo mantiveram-se otimistas, mostrando uma expectativa positiva em relação às futuras compras. Por fim, a avaliação do momento para a compra de bens duráveis, apesar de ter caído em relação ao mês anterior, apresentou um aumento considerável em comparação com o ano anterior, devido a expectativas de melhorias econômicas.

### ***Tendências: Consumo de Experiências***

Destaca-se o consumo de experiências. Há uma tendência de que os consumidores busquem cada vez mais vivências únicas e personalizadas. Para tanto, há uma crescente união entre o comércio e serviços, em que as empresas passam a não vender apenas produtos, mas também oferecer serviços que complementam esses produtos.

Este fenômeno é visto em diversos setores, como o varejo, em que lojas físicas se transformam em espaços de experiência, ao oferecer serviços adicionais como consultorias personalizadas e eventos exclusivos que personalizam a experiência do cliente. Restaurantes e bares passam a oferecer experiências gastronômicas como jantares temáticos, degustações personalizadas, cardápios personalizados, dentre outros.

No turismo, em vez de apenas visitar pontos turísticos, os consumidores procuram experiências imersivas, como workshops de culinária local, tours históricos guiados por especialistas, ou atividades de aventura exclusivas. Para tanto, destaca-se o papel da tecnologia. A inteligência artificial, por exemplo, está sendo usada para criar experiências personalizadas, em que empresas podem monitorar as emoções dos consumidores e ajustar suas ofertas de acordo com o humor e preferências do cliente.

## 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>2</sup> 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](http://www.fecomercio-es.com.br)