

COM MAIOR ACESSO AO CRÉDITO, FAMÍLIAS CAPIXABAS FECHAM OUTUBRO MAIS SATISFEITAS COM SEU CONSUMO

A satisfação com o consumo atual subiu 4,08% no ES, superando a média nacional

Elaborado por: Ana Carolina Julio e Gercione Dionizio

O relatório do Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) apresenta aspectos relevantes sobre o perfil dos consumidores brasileiros e capixabas, que são importantes para a formulação de estratégias empresariais. O ICF avalia a satisfação e insatisfação do consumidor a partir de diferentes aspectos socioeconômicos associados ao consumo, tais como: emprego, renda, nível de consumo, perspectivas profissionais, dentre outros.

O índice do ICF varia de 0 a 200. Valores acima de 100 indicam um grau de satisfação das famílias, quanto mais próximo de 200 maior a satisfação. Já os valores abaixo de 100 representam a insatisfação e quanto mais próximo de 0 maior a insatisfação.

Resultados Gerais

O Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) subiu 0,61% em outubro, chegando a 110,2 pontos, comparado aos 109,6 pontos de setembro. Esse aumento representa uma maior disposição das famílias capixabas para consumir nos próximos meses. A maior disposição a consumir das famílias, antecedente da realização do consumo, pode implicar em um aumento das vendas nas principais datas para o comércio e serviços (Black Friday, Natal e Réveillon).

O ICF das famílias capixabas (110,2) se manteve, tanto em pontos quanto em taxa de crescimento, acima da média do Brasil (103,2) e do Sudeste (105,5), indicando que em outubro os capixabas demonstraram maior otimismo para compras futuras em comparação com o resto do país.



O crescimento do ICF capixaba superou em 0,47 pontos percentuais (pp) o crescimento brasileiro e em 0,92 pp o crescimento do Sudeste.

De setembro para outubro, o ICF capixaba cresceu 0,61%, o brasileiro 0,14% e o ICF médio do Sudeste reduziu 0,32%.

Intenção de Consumo das Famílias (ICF) capixabas, brasileiras e do Sudeste

	Índice (pontos)			Variação percentual	
	out/2024	set/2024	out/2023	Mensal	Interanual
Espírito Santo	110,2	109,6	110,5	0,61%	-0,28%
Sudeste	105,5	105,9	109,7	-0,32%	-3,83%
Brasil	103,2	103,1	104,2	0,14%	-0,89%

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

No confronto interanual, o ICF capixaba apresentou queda (-0,28%), de out/2023 a out/2024. Apesar disso, o ES teve um desempenho superior à média nacional (-0,89%) e especialmente à região Sudeste (-3,83%). O crescimento do ICF em out/2024 foi puxado principalmente pelo subíndice de “Nível de Consumo Atual” (4,08%) e “Renda Atual” (2,07%).

Dos sete componentes (subíndices) do ICF cinco se mantiveram no nível de satisfação, sendo eles: Emprego Atual (133,5); Perspectiva Profissional (111,5); Renda Atual (130,8); Acesso ao Crédito (111,2); e Perspectiva de Consumo (121,1).

As famílias capixabas seguem otimistas com seu futuro profissional (“Perspectiva Profissional”). A “Perspectiva Profissional” foi o único componente do ICF capixaba abaixo da média nacional.

A expectativa de ascensão profissional é um aspecto comportamental importante, pois quando as pessoas se sentem menos confiantes sobre sua carreira tendem a ser mais cautelosas com gastos de maior valor (bens duráveis) e investimentos de longo prazo.

Comportamento dos componentes do ICF capixaba e brasileiro

	Espírito Santo			Brasil		
	out/2024	set/2024	Variação Mensal	out/2024	set/2024	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	110,2	109,6	0,61%	103,2	103,1	0,14%
Emprego Atual	133,5	133,9	-0,29%	126,9	127,8	-0,72%
Perspectiva Profissional	111,5	111,1	0,36%	113,5	112,6	0,87%
Renda Atual	130,8	128,1	2,07%	125,6	126,1	-0,38%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	111,2	109,1	1,93%	93,9	93,8	0,19%
Nível de Consumo Atual	91,8	88,2	4,08%	89,8	89,2	0,60%
Perspectiva de Consumo	121,1	123,0	-1,53%	104,8	103,7	1,04%
Momento para duráveis	71,7	73,5	-2,50%	68,0	68,4	-0,53%
Capacidade de Consumo ¹	121,8	120,6	1,02%	115,0	115,1	-0,01%
Disposição para o Consumo ²	94,8	94,9	-0,02%	87,5	87,1	0,37%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota: (1) Indicador construído com base na média entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao crédito.

(2) Indicador construído com base na média entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para Duráveis.

A “Perspectiva Profissional” foi o único componente do ICF capixaba abaixo da média nacional. Outro destaque do mês foi o subíndice de "Acesso ao Crédito", que registrou crescimento de 1,93% em outubro. O indicador revela o desenvolvimento do mercado de crédito capixaba, o que facilita o acesso ao crédito pelas famílias. Esse subíndice supera a média nacional. Enquanto o Brasil marca 93,9 pontos, o Espírito Santo alcançou 111,2 pontos. Esse resultado permitiu ao ES ultrapassar importantes economias como São Paulo (104,8), Minas Gerais (94,5) e Paraná (97,5) em facilidade de acesso ao crédito.

O crescimento do "Nível de Consumo Atual" em 4,08% sinaliza que as famílias capixabas fecham outubro mais satisfeitas com seu nível de consumo. Além disso, este é o melhor patamar desde novembro de 2014.

Apesar disso, o subíndice “Nível de Consumo Atual” ainda se manteve no patamar de insatisfação, fechando o mês abaixo de 100 pontos (91,8). Isso pode ser ilustrado pelo fato de 7 em cada 10 famílias afirmarem que este ano estão no mesmo (ou abaixo do) patamar de consumo do ano passado.

Grau de Satisfação e insatisfação do Nível Atual do Consumo das famílias capixabas



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

Apesar do ICF estar em um nível de satisfação outros aspectos devem ser considerados. No ES a “Capacidade de Consumo” das famílias cresceu 1,08% de setembro (120,6) para outubro (121,8) e se manteve no nível de satisfação. Esse resultado superou a média brasileira de outubro (115). Por outro lado, a “Disposição para o Consumo” das famílias capixabas, embora supere a média brasileira de 87,5, está em um nível de insatisfação (94,8).

Logo, apesar das famílias capixabas terem boas oportunidades para consumir, seja com o aumento da renda, acesso ao crédito ou segurança no mercado de trabalho, elas ainda se sentem inseguras para gastar. Assim, o “dinheiro existe e permitiria comprar mais produtos, porém as famílias preferem segurar as compras por segurança”.

Resultados por grupo familiar

Na análise para diferentes níveis de renda, o ICF tanto das famílias de menor renda (até 10 salários-mínimos) quanto de maior renda (acima de 10 salários-mínimos) cresceu em outubro.

O ICF das famílias de menor renda cresceu 0,69% em outubro, saindo de 108,6 para 109,3. Já o ICF das famílias que recebem mais de 10 salários-mínimos (s.m.) cresceu 0,12%, chegando a 116,1.

Comportamento dos componentes do ICF capixaba e brasileiro por faixa de renda

	ATÉ 10 s.m.			ACIMA DE 10 s.m.		
	out/2024	set/2024	Variação Mensal	out/2024	set/2024	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	109,3	108,6	0,69%	116,1	115,9	0,12%
Emprego Atual	132,0	132,4	-0,28%	143,6	144,1	-0,34%
Perspectiva Profissional	110,9	110,9	0,00%	115,3	112,4	2,64%
Renda Atual	129,0	126,4	2,06%	142,1	139,1	2,14%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	108,4	106,1	2,22%	129,2	128,7	0,38%
Nível de Consumo Atual	89,8	86,0	4,47%	104,5	102,5	1,93%
Perspectiva de Consumo	123,7	125,2	-1,19%	104,0	108,4	-4,11%
Momento para duráveis	71,3	73,1	-2,38%	73,8	76,2	-3,25%
Capacidade de Consumo ¹	120,1	119,0	0,96%	132,5	131,1	1,13%
Disposição para o Consumo ²	95,0	94,7	0,22%	94,1	95,7	-1,72%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota: (1) Indicador construído com base na média entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao crédito.

(2) Indicador construído com base na média entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para Duráveis.

Os componentes do ICF que apresentaram queda para as famílias de menor renda foram “Emprego Atual” (-0,28%), “Perspectiva de Consumo” (-1,19%) e “Momento para duráveis” (-2,38%).

Já para as famílias com maior renda, os componentes que apresentaram redução foram “Emprego Atual” (-0,34%), “Perspectiva de Consumo” (-4,11%) e “Momento para Duráveis” (-3,25%).



Highlights de OUT/2024 Intenção de Consumo das Famílias



CONSUMO

. Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) subiu 0,61%, de set/2024 (109,6) para out/2024 (110,2).

. Satisfação com o Nível de Consumo Atual das famílias capixabas é o maior desde de novembro de 2014. Entre setembro (88,2) e outubro (91,8) o aumento foi de 4,08%.

. Acesso ao Crédito no ES cresceu 1,93% entre set/2024 (109,1) e out/2024 (111,2) e se manteve acima da média nacional (93,9).

. Capacidade de Consumo das famílias capixabas aumentou em 1,02%, de setembro (120,6) para outubro (121,8).

. Disposição para o Consumo das famílias de menor renda aumentou 0,22% (out/24 – 95,0) e das famílias de maior renda caiu 1,72% (out/24 – 94,1).





Opinião do Empresariado Capixaba

Em entrevista com o CONNECT o CFO da Agoracred, Leonardo Bortolini, destacou que:

“A Intenção de consumo é um número interessante e que vem mostrando que, apesar do medo das famílias consumirem até agora, nesse ano de 2024, as famílias têm conseguido se reorganizar melhor, conseguiram crédito para reorganizar suas dívidas. Portanto, o consumidor tem adotado uma postura de não consumir por enquanto... a perspectiva tem sido de dar um tempo no consumo.

No entanto, o varejo está entrando em uma fase que é a de recuperação da renda, e recuperação das vendas. As famílias, após organizarem suas dívidas, estão entrando em um novo ciclo. O ciclo agora é de volta para as compras. Agora a gente entra no ciclo que é a família já está mais estruturada em relação a isso.

Esse novo ciclo tem sido caracterizado pela queda do desemprego, aumento do acesso ao crédito, melhores condições profissionais, Satisfação com a renda atual, aumento generalizado da renda no último ano e que continua subindo.”

Quando questionado sobre a característica do tomador de crédito da importância do crédito para as famílias, Leonardo Bortolini ressalta que:

“Muitas vezes o bem, o seu preço, está muito distante da capacidade de renda dele. O cliente da Agoracredi é aquele cliente que compra material de construção, eletroeletrônicos celulares e computadores... e esse cliente precisa ter condições futuras para continuar tomando crédito, como todo mundo faz, mas numa condição que seja favorável para ele e que o permita se organizar financeiramente.”



O que está acontecendo?

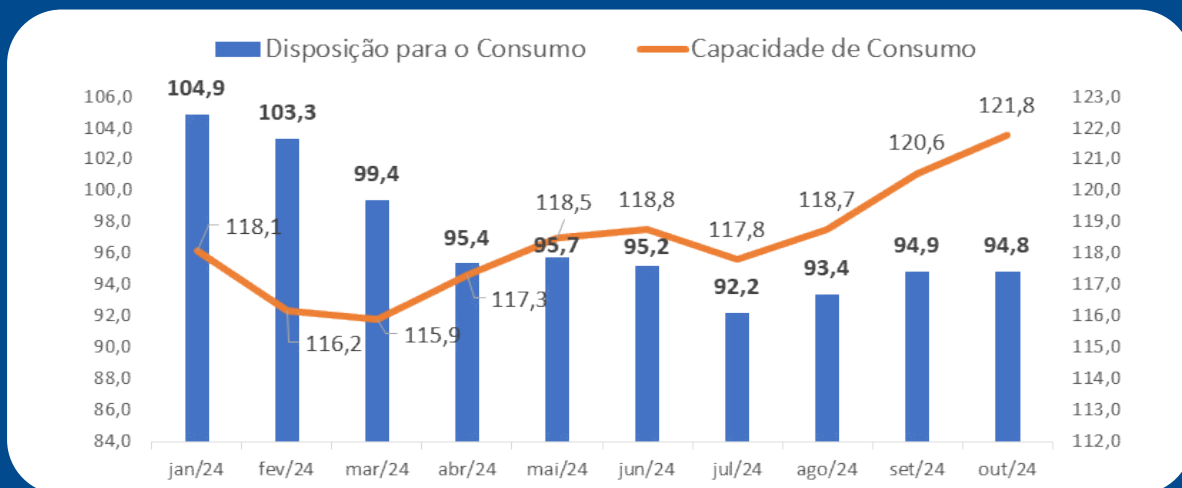
Em outubro, o aumento da Intenção de Consumo das famílias foi impulsionado pela maior Capacidade de Consumo. Entre setembro e outubro, a capacidade das famílias de menor renda cresceu 0,96% e das famílias de maior renda 1,13%. Já a Disposição para o Consumo das famílias ficou abaixo dos 100 pontos (nível de insatisfação).

No entanto, o comportamento desse indicador tem se caracterizado pela possível mudança do ciclo, que

foi marcado por uma maior insegurança das famílias para adquirir bens de maior valor agregado.

Desde julho de 2024, quando a “Disposição para o Consumo” alcançou o menor patamar do ano, a tendência observada tem sido de crescimento, ou seja, as famílias têm começado a deixar o seu perfil conversador, permitindo-se elevar o consumo.

Capacidade e Disposição para o Consumo capixaba em 2024



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

Essa mudança de ciclo, e do perfil do consumidor capixaba, é oportuna e importante para o comércio, pois ocorre em um período com grandes datas comemorativas e relevantes para as vendas, como Black Friday e Natal.

Logo, o Mercado deve considerar que existe uma renda de reserva, que possibilita a elevação do consumo das famílias, no entanto, para que essa elevação se concretize é necessário criar um ambiente que gere uma maior segurança para as famílias.



Notas

- Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional e estadual pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
- A análise dos dados de Vitória-ES é realizada pela equipe Connect/Fecomércio-ES.
- Os subíndices Capacidade de Consumo e Disposição para o Consumo foram criados pela equipe Connect/Fecomércio-ES.

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.

Referências:

<https://sidra.ibge.gov.br/home/ipca/brasil>
<https://www.bcb.gov.br/estatisticas/txjuros>
<https://portaldocomercio.org.br/>

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 : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br

