

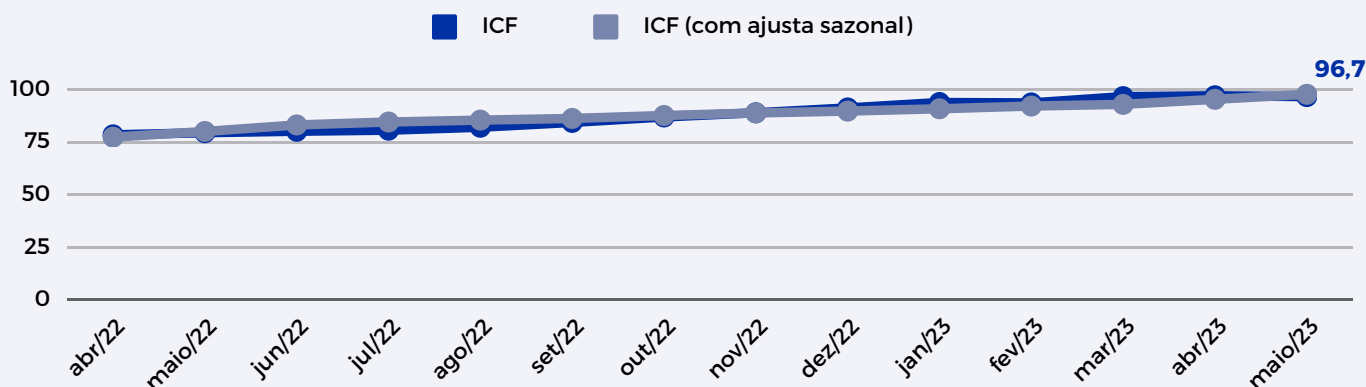


Edição Maio 2023

INTENÇÃO DE COMPRAS AVANÇA COM CONSUMIDOR DE MENOR RENDA MAIS OTIMISTA

Sequência de quedas da inflação faz intenção de compras crescer, com avaliação da renda no maior nível, em oito anos. Endividamento elevado, porém, limita capacidade de consumo.

Intenção de Consumo das Famílias - Evolução do Índice



A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) avançou 2,4% em maio, descontados os efeitos sazonais, mantendo a tendência de alta.

Com crescimento de todos os indicadores nas comparações mensal e anual, a inflação caindo mais do que o esperado tem deixado os consumidores mais dispostos a consumir. Além disso, o mercado de trabalho segue apontando alta das contratações formais, mesmo que em menor intensidade.

Embora mais otimistas, o endividamento dos consumidores em nível elevado e os juros altos limitam os efeitos benéficos da maior renda disponível ao consumo.

ÍNDICE	Maio/23	Variação mensal*	Variação anual
Emprego atual	121,6	+1,6%	14,9%
Renda atual	115,3	+2,9%	+27,6%
Nível de consumo atual	81,5	+3,4%	+32,8%
Perspectiva profissional	111,4	+1,2%	+13,9%
Perspectiva de consumo	102,0	+2,9%	+31,7%
Acesso ao crédito	89,3	+0,8%	+8,8%
Momento para duráveis	56,0	+5,5%	+35,1%
ICF	96,7	+2,4%	+21,7%

* com ajuste sazonal

O nível de consumo atual teve a maior alta em maio (+3,4%), com a combinação de inflação mais baixa e emprego mais favorável, embora o indicador esteja na zona negativa (81,5 pontos). Os consumidores também apontaram maior intenção de consumo de produtos duráveis, mas a alta tem relação com a base de comparação muito baixa.

A avaliação da renda corrente melhorou 2,9%, e o indicador chegou ao maior nível (115,3 pontos) desde maio de 2015. A proporção de consumidores considerando a renda hoje melhor do que há um ano (36,5%) é a maior desde o início da pandemia (março de 2020).

A evolução da inflação em abril novamente mostrou desaceleração, o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) anual alcançou 4,18%, dentro do intervalo da meta de inflação do Banco Central (4,75%) pelo segundo mês. Além disso, a inflação dos produtos de alimentação e bebidas desacelerou, os preços desses itens acumulam alta de 1,52% este ano, são as despesas que pesam mais no orçamento das famílias de renda baixa.

A dinâmica mais favorável do nível de consumo atual também está associada à maior satisfação com o emprego. A contínua geração de vagas formais pelo setor de serviços, com contratações de pessoas com menor nível de escolaridade, fez o índice (121,6 pontos) alcançar o maior nível desde abril de 2015.

INFLAÇÃO BAIXA MELHORA RENDA DOS MAIS POBRES, MAS ENDIVIDAMENTO TRAVA CONSUMO

A intenção de consumir novamente avançou nas duas faixas de renda, em maio. A maior intenção de compra entre os mais pobres está relacionada à melhora da avaliação da renda por esse grupo.

Tanto no mês quanto no ano, a percepção de que o dinheiro está comprando mais cresceu em maior intensidade entre os consumidores de rendas média e baixa (3,1% e 31,2%, respectivamente)

Além disso, o consumidor de baixa renda está mais seguro no emprego, o que tem levado à maior satisfação no trabalho por esse grupo.

Essa dinâmica de aceleração da intenção de compra entre os consumidores de menor renda fez os índices das duas faixas de rendimento se aproximarem. O volume de consumidores com até 10 SM considerando a renda atual melhor do que há um ano (34,6%) é o maior em três anos.

Mas é justamente entre esses consumidores que o endividamento e a inadimplência mais cresceram em um ano até abril.

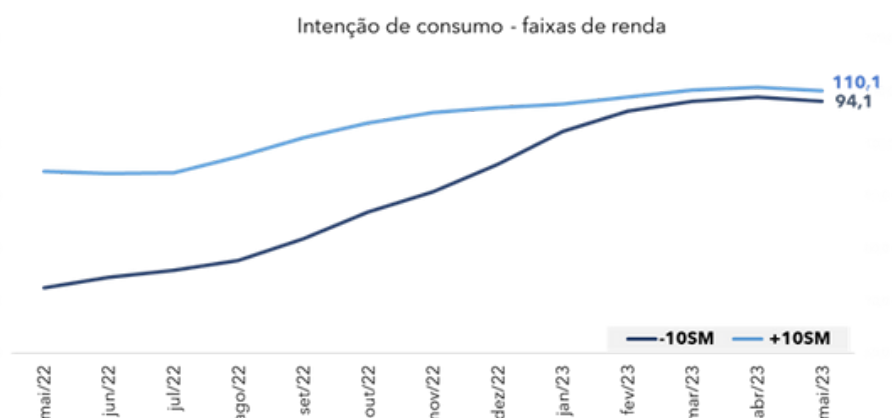
ÍNDICE	maio/23	Variação mensal*	Variação anual
Até 10 salários mínimos	111,8	+3,1%	+31,2%

Mais de 10 salários mínimos	133,3	+2,3%	+17,3%
Renda atual	115,3	+2,9%	+27,6%

ÍNDICE	maio/23	Variação mensal*	Variação anual
Até 10 salários mínimos	119,0	+2,1%	+16,1%

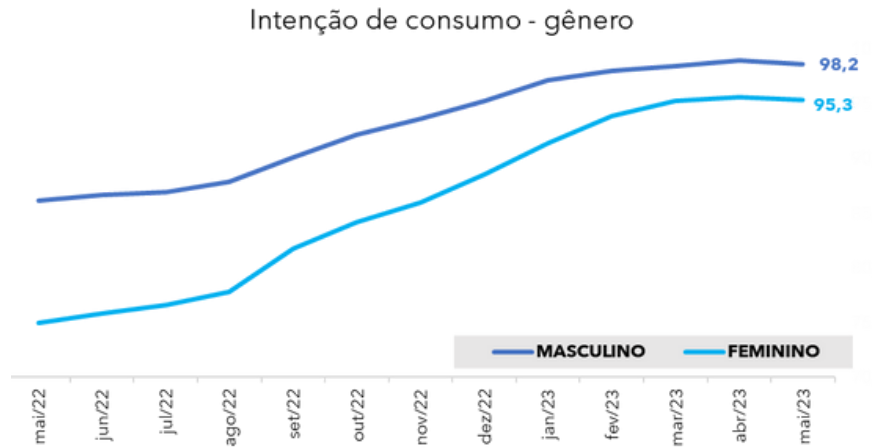
Mais de 10 salários mínimos	134,3	+0,7%	+10,9%
Emprego atual	121,6	+1,6%	+14,9%

* com ajuste sazonal



No recorte por gênero, o otimismo entre as mulheres vem crescendo, o que aproximou a intenção de consumir dos dois grupos. O indicador avançou 27,1% em um ano, no público feminino, enquanto a intenção de compra cresceu 20% entre os homens no período (maio de 2023 ante maio de 2022), que se mostram mais cautelosos.

Com mais mulheres ingressando no emprego formal desde o ano passado, a percepção delas sobre a segurança no emprego e na renda também tem melhorado.



Sobre a pesquisa:

A pesquisa nacional de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) é um indicador antecedente do potencial das vendas do comércio, apurado mensalmente pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). 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.

A pesquisa contempla 18 mil questionários analisados mensalmente, com dados de consumidores coletados em todas as Unidades Federativas, compilados em sete indicadores: três sobre as condições atuais (emprego, renda e nível de consumo), dois sobre expectativas para três meses à frente (perspectiva de consumo e perspectiva profissional), além da avaliação do acesso ao crédito e momento atual para aquisição de bens duráveis.

Como as informações estão sujeitas ao comportamento sazonal da economia, as séries são dessazonalizadas para permitir a comparação dos indicadores no mês com os do mês imediatamente anterior. Em janeiro de 2023, as séries passaram a ser ajustadas pelo modelo X-13 ARIMA-SEATS, em que se consideram como fatores sazonais o efeito calendário, os feriados de carnaval, Páscoa, Corpus Christi, além da identificação de outliers.