

## INTENÇÃO DE CONSUMO ATINGE O MAIOR PATAMAR PARA MESES DE FEVEREIRO EM QUATRO ANOS

*Com mensal de 2,7%, índice de intenção de consumo das famílias alcança 98,5 pontos e se aproxima da zona de otimismo.*

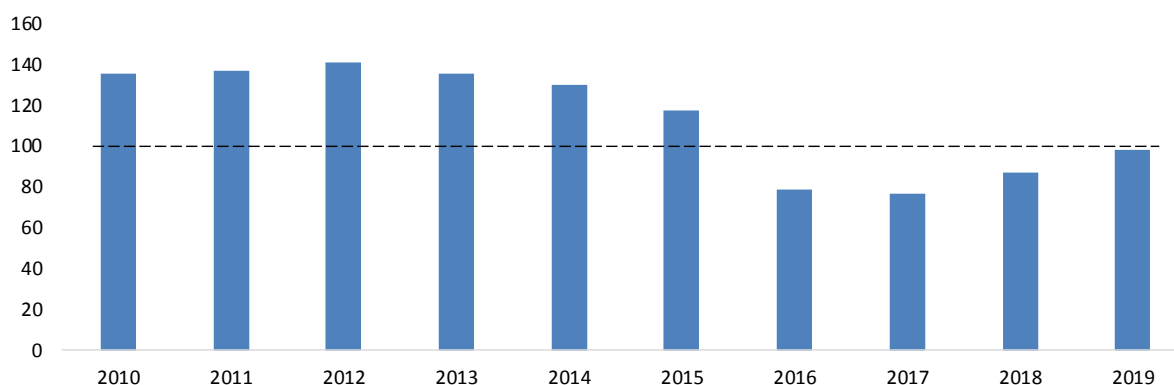
A pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) capturou o aumento de 2,7% da Intenção de Consumo das Famílias (ICF) em fevereiro, graças a um cenário econômico mais favorável do que em 2018. Assim, o ICF acumulou alta de 8,0% no primeiro bimestre, a maior combinação mensal de toda a série iniciada em janeiro de 2010.

ICF Fevereiro de 2019			
Indicador	Índice	Variação Mensal %	Variação Anual %
<b>Emprego Atual</b>	<b>120,9</b>	<b>2,5</b>	<b>7,6</b>
<b>Perspectiva Profissional</b>	<b>113,8</b>	<b>1,2</b>	<b>8,3</b>
<b>Renda Atual</b>	<b>111,6</b>	<b>2,8</b>	<b>11,8</b>
<b>Compra a prazo</b>	<b>89,4</b>	<b>3,0</b>	<b>13,1</b>
<b>Nível de Consumo Atual</b>	<b>76,5</b>	<b>2,6</b>	<b>22,0</b>
<b>Perspectiva de Consumo</b>	<b>102,0</b>	<b>3,4</b>	<b>20,2</b>
<b>Momento para Duráveis</b>	<b>75,3</b>	<b>4,4</b>	<b>14,4</b>
<b>ICF</b>	<b>98,5</b>	<b>2,7</b>	<b>13,1</b>

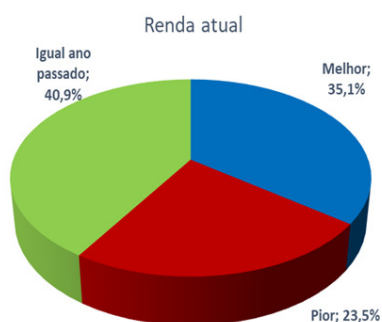
Pelo terceiro mês consecutivo, todos os componentes do ICF registraram taxas de variação positivas. Momento para Duráveis (4,4%), Perspectiva de Consumo (3,4%), Compra a prazo (3,0%) e Renda Atual (2,8%) foram os subindicadores que mais impulsionaram o ICF. Quatro dos sete subindicadores encontraram-se acima de 100 pontos, zona de satisfação. Regionalmente, as famílias do Sul (4,2%), Norte (3,5%) e Sudeste (3,4%) puxaram a alta de fevereiro. O Centro-Oeste foi a única região onde as famílias registraram taxa negativa (-0,9%) nas decisões de compras.

Apesar da evolução consistente da propensão ao consumo em 2019, o ICF ainda permanece abaixo de 100 pontos – situação que perdura desde abril de 2015. Esta situação tem sido influenciada pela maior insatisfação das famílias com ganhos até 10 salários mínimos (95,4 pontos). As famílias com rendimentos acima desta faixa de renda (113,7 pontos) ultrapassaram os 100 pontos desde novembro de 2018.

## ÍNDICE DE INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS EM MESES FEVEREIRO



### Mercado de Trabalho: recuperação gradual.



A lenta recuperação da economia, seguida da estabilidade dos preços e da melhora do nível de emprego, tem ocasionado o sentimento de que a renda melhorou para 35,1% das famílias. Com a queda da taxa média de desocupação, melhoraram também as percepções quanto à empregabilidade.

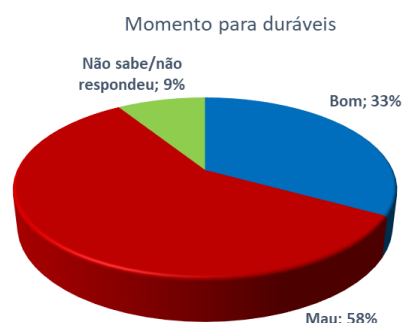
Esses fatores explicam a evolução dos subindicadores Renda Atual (2,8%) e Emprego Atual (2,5%).

No tocante ao efeito da conjuntura sobre a renda, a inflação anualizada abaixo de 4% também contribuiu para uma menor deterioração do potencial de consumo das famílias. Nessas condições, portanto, aumentou o entendimento de que a renda melhorou.

Se em fevereiro de 2019 aproximadamente 35,1% das famílias apontaram melhoria da renda, no mesmo mês de 2018, esta proporção era bem menor: 30,0%.

### Condições de consumo: preços e prestações mais baixas.

As famílias revelaram que as condições de consumo vêm se recuperando. Assim como aconteceu em janeiro, os subindicadores Nível de Consumo Atual (2,6%), Compras a prazo (3,0%) e Momento para Duráveis (4,4%) destacaram-se nas variações mensais. Dos sete subindicadores, estes três foram os que refletiram insatisfação das famílias no ICF. Com a recuperação da economia, eles podem vir a apresentar maior elasticidade em virtude do cenário mais positivo.



A alta do Momento para Aquisição de Duráveis foi a que mais pressionou o ICF. Assim, implicou aumento deste indicador de 14,4% em relação a igual mês do ano passado.

Com relação ao entendimento das famílias, o cenário é benigno, na medida em que cresceu o número das que perceberam que o momento para compra de eletrodomésticos, eletrônicos, entre outros duráveis, era satisfatório (de 28% para 33%). Em sentido contrário, caiu a quantidade das famílias que observaram o momento ter sido ruim (de 65% para 58%).

A variação média dos preços dos bens de consumo duráveis nos últimos 12 meses (+1,8%) segue significativamente abaixo da oscilação do índice geral de inflação (+3,8%). Além disso, a queda gradual das taxas de juros, nas operações com recursos livres para pessoas físicas, propiciou o recuo médio de 7,0% nas prestações pagas pelos consumidores entre 2017 e 2018.

### Perspectivas: CNC projeta alta maior das vendas neste ano.



Quanto aos indicadores Perspectivas Profissionais (1,2%) e de Consumo (3,4%), a reação do mercado de trabalho e a permanência da inflação em patamares mensais baixos seguem ampliando a confiança dos consumidores.

Em fevereiro, cerca de 36,0% das famílias entenderam que a capacidade de consumo doméstico vai aumentar nos próximos meses, enquanto 33,9% perceberam o contrário.

Há um ano, a distribuição das famílias era a seguinte: 29,7% achavam que as condições de compra iriam crescer, enquanto 44,7% reconheciam que as condições poderiam diminuir.

Superado o período da recessão, as vendas no comércio varejista avançaram 4,0% em 2017 e 5,0% no ano passado. Para 2019, a CNC estima que o volume de vendas do comércio varejista deverá crescer 5,6% sobre 2018.

## **Resumo**

O cenário de inflação baixa e de queda gradual do desemprego tem impulsionado o consumo das famílias nos últimos meses. Além disso, a sinalização de que os juros básicos deverão permanecer inalterados no curto prazo contribui para o resgate das condições de consumo a prazo. Neste contexto, ainda neste semestre, a intenção de consumo das famílias deverá continuar evoluindo positivamente, superando as avaliações predominantemente pessimistas que perduraram nos últimos quatro anos.

### **Sobre a Intenção de Consumo das Famílias:**

A Pesquisa Nacional de Intenção de Consumo das Famílias (ICF-Nacional) é um indicador antecedente que tem como objetivo antecipar o potencial das vendas do comércio. O indicador tem capacidade de medir, com alta precisão, a avaliação que os consumidores fazem sobre aspectos importantes da condição de vida de sua família, tais como a sua capacidade de consumo, atual e de curto prazo, nível de renda doméstico, condições de crédito, segurança no emprego e qualidade de consumo, presente e futuro.

Os resultados do ICF podem ser avaliados sob dois ângulos. O primeiro é o da magnitude do grau de satisfação e insatisfação dos consumidores, por meio de sua dimensão, já que o índice abaixo de 100 pontos indica uma percepção de insatisfação, enquanto acima de 100 (com limite de 200 pontos) indica o grau de satisfação em termos de seu emprego, renda e capacidade de consumo. O segundo ângulo é o da tendência desse grau de satisfação e insatisfação, por meio das variações mensais do ICF total.

O ICF é composto por sete itens. Quatro deles – emprego atual, renda atual, compra a prazo e nível de consumo atual – comparam a expectativa do consumidor em relação a igual período do ano passado. Os demais itens referem-se a perspectivas de melhoria profissional para os próximos seis meses, expectativas de consumo para os próximos três meses e avaliação do momento atual quanto à aquisição de bens duráveis.

Para o comércio, o ICF cumpre um papel altamente relevante ao fundir a percepção pessoal e familiar, capturando informações em todas as unidades da Federação. As informações são obtidas a partir de 18 mil questionários analisados mensalmente. Outro fator que destaca o ICF diante de outros indicadores antecedentes baseados na percepção do consumidor é o seu caráter de curto prazo. As avaliações do consumidor em relação ao futuro são tomadas em um horizonte que varia de três a seis meses. Outra característica desse indicador consiste na fusão da percepção pessoal e familiar.