

Fecomércio RS
Sesc | Senac



ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Setembro de 2024



O que o ICF apresentou em set/24?

O ICF registrou 61,9 pontos em set/24, registrando um aumento de 4,6% ante ago/24. Quando comparado a set/23, houve recuo de 6,6%.

Os dados desta edição foram coletados nos últimos dez dias de agosto, em Porto Alegre.

O segundo aumento na margem do ICF, depois de três quedas consecutivas, marca a continuidade da reação da confiança das famílias, reduzindo de 6,8% (ago/24) para 2,5% a distância em relação ao momento pré-tragédia climática no RS (considerada nessa pesquisa os últimos dez dias de abril, capturado pela edição de mai/24).

Apesar de positiva, a recuperação do ICF denota uma redução do pessimismo, uma vez que o indicador agregado e todos seus componentes não alcançam os 100,0 pontos – patamar que separa o campo de pessimismo/insatisfação e o campo de otimismo/satisfação.

O resultado na margem acelerou, com o crescimento do ICF passando de 2,8% em ago/24 para 4,6% em set/24, com alta disseminada entre todos os subindicadores. Entre eles, destaque para a avaliação da Situação Atual do Emprego (+2,8%; 85,5 pontos) e da Situação Atual da Renda (+1,4%; 86,4 pontos), que voltaram a

crescer em set/24, e também para o Nível de Consumo Atual (+6,8%; 54,9 pontos), que manteve o forte crescimento, e Perspectiva de Consumo (+3,3%; 74,6 pontos), que acelerou. Na passagem do mês, o percentual de famílias que avalia de forma positiva esses quatro aspectos aumentou. Em set/24, 15,5% (14,0% em ago/24) estavam se sentindo mais seguros no emprego, 10,3% (8,8% em ago/24) avaliavam que a renda da família está melhor; sobre o nível de consumo, 13,4% (12,1% em ago/24) avaliam que atualmente a família está comprando mais que no passado e 14,9% (13,2% em ago/24) projetam que o consumo nos próximos meses deve ser maior que o ano passado. Apesar do movimento positivo e disseminado, fica evidente que a parcela das famílias com avaliações positivas é muito pequena em relação ao total, o que explica o patamar predominantemente pessimista dos indicadores.

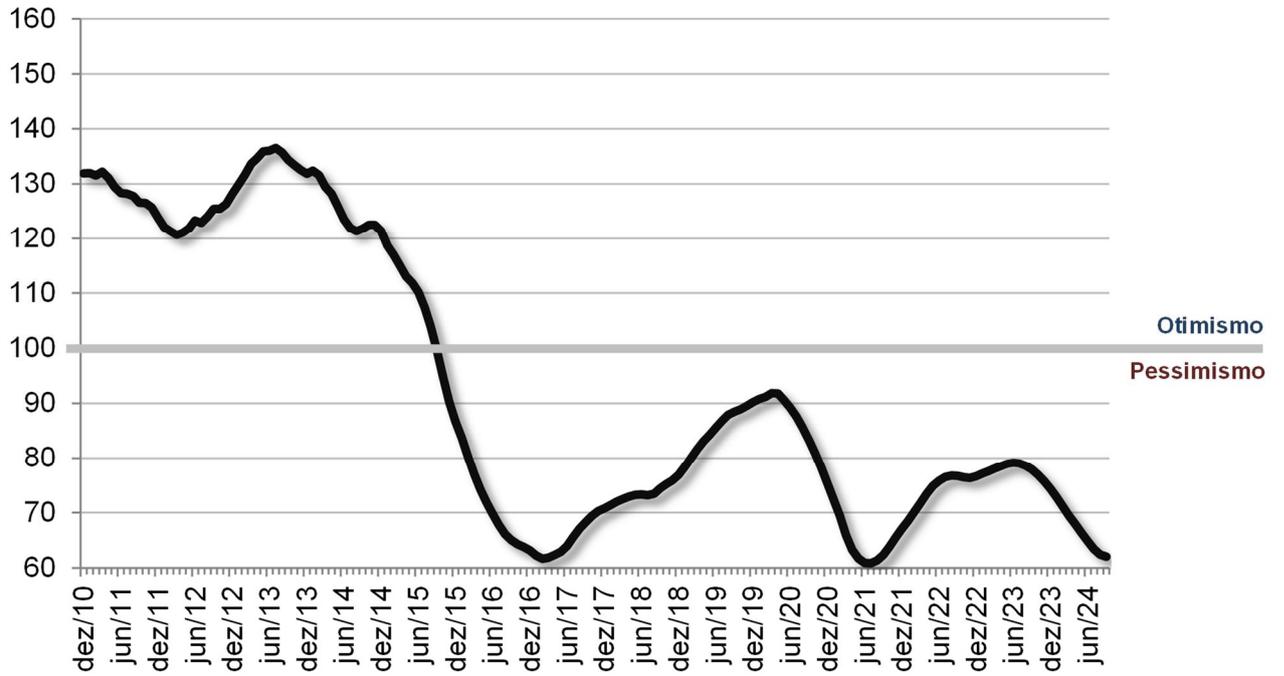
Na comparação interanual, apesar de ainda abaixo do mesmo período do ano anterior, nota-se uma redução gradativa da distância em relação ao patamar de um ano atrás, sendo que para dois subindicadores – Renda Atual e Perspectiva de Consumo – o registro de set/24 supera o registro de set/23. Vale notar que no indicador de Renda, o patamar maior em relação a set/23 não se deve a uma parcela maior das

famílias avaliando que a renda familiar melhorou, mas sim pela redução no percentual das famílias que avaliavam que sua renda está pior que no mesmo período do ano anterior (e conseqüentemente aumento das que avaliam que a renda está igual).

Os dados do varejo mostram um movimento forte, que iniciou para alguns setores ainda no fim de maio, de retomada das vendas motivada por recomposição e reconstrução, que teve no volume de recursos transferidos e antecipados às famílias um forte impulso e transborda para o varejo como um todo. Esse consumo, provavelmente pelo momento distinto e pela própria motivação, não parece ter sido antecipado e acompanhado de confiança, que assimilava em maio (edição jun/24) e junho (edição jul/24) com maior peso os efeitos da tragédia e seus riscos posteriores. Diante disso, a reação da confiança que teve início na edição de ago/24 é um sinal positivo no sentido de que a percepção das famílias sobre os principais aspectos de suporte ao consumo tem voltado em direção aos patamares pré-tragédia – em linha com uma conjuntura cujos efeitos perenes da crise não devem se materializar sob a forma de grandes crises de emprego e renda, mas que trazem dúvida sobre as condições a médio e longo prazo da retomada.

Intenção de Consumo das Famílias (ICF)

Média em 12 meses



Fonte: CNC

Elaboração: Assessoria Econômica /Fecomércio-RS

	Pontos	Em relação ao mês anterior		Em relação ao mesmo mês do ano anterior	
Resultado ICF	61,9	▲	4,6%	▼	-6,6%
Grupo I: Mercado de trabalho					
Situação do Emprego	85,5	▲	2,8%	▼	-1,6%
Situação de Renda	86,4	▲	1,4%	▲	5,8%
Grupo II: Consumo					
Consumo Atual	54,9	▲	6,8%	▼	-12,0%
Acesso a Crédito	83,8	▲	8,2%	▼	-15,4%
Momento para Consumo de Bens Duráveis	23,6	▲	2,2%	▼	-29,5%
Grupo III: Expectativas					
Perspectiva Profissional	24,6	▲	12,4%	▼	-24,7%
Perspectiva de Consumo	74,6	▲	3,3%	▲	9,5%

▲ Cor: Campo otimista
Direção: Variação positiva

▼ Cor: Campo otimista
Direção: Variação negativa

▲ Cor: campo pessimista
Direção: variação positiva

▼ Cor: campo pessimista
Direção: variação negativa

Mercado de trabalho

O indicador de **Situação Atual do Emprego** registrou **85,5 pontos**, com avanço de 2,8% na margem. Em relação a set/23, houve queda de 1,6%. Em nível, o subíndice está 37,6% abaixo do patamar pré-pandemia (mar/20 para essa pesquisa) e 8,4% aquém de mai/24 (edição considerada pré-tragédia).

O percentual de famílias que se sentem menos seguras sobre a situação no emprego, comparativamente ao mesmo período do ano anterior, foi de 30,0% em set/24 (32,7% em

set/23), 15,5% estavam se sentindo mais seguros (19,6% em set/23) e 48,6% se sentiam da mesma forma (41,1% em set/23). Entre os entrevistados, 5,8% indicaram estar desempregados (6,6% em set/23).

A média em 12 meses do indicador passou de 88,5 pontos em ago/24 para 88,4 pontos em set/24.

Na avaliação quanto à **Situação de Renda Atual**, o indicador teve variação 1,4% na comparação com set/24, registrando **86,4 pontos**. Em

relação ao mesmo período do ano anterior, o indicador teve avanço de 5,8%.

Entre os entrevistados, enquanto 65,7% avaliam que sua renda está igual ao mesmo período do ano passado (60,5% em set/23), para 23,9% a percepção é de um nível de renda pior (28,9% em set/23) e para 10,3% a percepção é de renda melhor (10,6% em set/23).

Na média em 12 meses, o indicador passou de 83,6 pontos em ago/24 para 84,0 pontos em set/24.

Consumo

O indicador referente ao **Nível de Consumo Atual** registrou **54,9 pontos**, o que representou um aumento de 6,8% em relação ao mês anterior. Na comparação com o mesmo período do ano anterior, o resultado foi 12,0% abaixo do patamar de set/23.

Entre os entrevistados, 58,2% afirmam estar comprando menos do que no mesmo período do ano anterior (em set/23, esse percentual era de 55,2%); um nível de consumo equivalente ao ano anterior foi apontado por 28,0% (27,3% em set/23), enquanto

13,4% relataram estar comprando mais (17,5% em set/23).

Na média de 12 meses, o indicador registrou 54,3 pontos, com redução ante a média de 54,9 pontos registrada em ago/24.

O indicador referente à facilidade de **Acesso a Crédito** registrou **83,8 pontos** em set/24, com um aumento de 8,2% em relação ao mês anterior. Na comparação com set/23, houve recuo de 15,4%.

A média em 12 meses registrou 83,2 pontos. No mês anterior, a média estava em 84,5 pontos.

No que se refere ao **Momento para Consumo de Bens**

Duráveis, o indicador registrou **23,6 pontos** no mês de set/24, avançando 2,2% na comparação mensal. O resultado do mês ficou 29,5% abaixo do nível de set/23. Entre os entrevistados, 88,0% consideram ser um momento ruim para a compra de duráveis (83,1% em set/23). O indicador está abaixo dos 100 pontos desde jan/15.

Nos últimos 12 meses, o índice registrou média de 25,6 pontos, caindo em relação a ago/24 (26,4 pontos).

Expectativas

O indicador de **Perspectiva Profissional** registrou **24,6 pontos**, com um aumento de 12,4% frente ao mês anterior. Em relação ao mês de set/23, esse resultado foi 24,7% inferior.

Entre os entrevistados, 82,9% não esperam nenhuma melhora profissional nos próximos seis meses, enquanto 7,5% esperam alguma melhora e 9,6% indicaram não saber. Em set/23, esses

percentuais correspondiam a 77,5%, 10,2% e 12,3%, respectivamente.

Na média dos últimos 12 meses, o indicador registrou 25,6 pontos em set/24, valor inferior aos 26,3 pontos de ago/24.

A **Perspectiva de Consumo** registrou **74,6 pontos** em set/24, aumento de 3,3% ante ago/24. Na comparação com set/23, a variação foi de 9,5%.

Para 40,3% das famílias, o consumo nos próximos meses tende a ser menor ao do ano passado; 44,9% avaliam que deva ser igual e 14,9% consideram que deva ser maior; percentuais que em set/23 marcavam 44,1%, 43,7% e 12,2%, respectivamente.

A média dos últimos 12 meses foi de 73,2 pontos, avançando ante a média até ago/24 (72,7 pontos).

Como é calculado o ICF?

O índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) é um indicador calculado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) a partir de uma pesquisa mensal de sondagem da condição de vida (trabalho, renda e consumo) das famílias, buscando, assim, antecipar o comportamento das vendas do comércio. Para o Rio Grande do Sul (ICF-RS), a pesquisa é realizada em Porto Alegre ao longo dos dez dias anteriores ao mês de referência e abrange em sua amostra, no mínimo, 600 famílias. Sua divulgação é realizada mensalmente pela Fecomércio-RS.

O ICF é formado por sete componentes de igual peso em seu cálculo, agrupados da seguinte forma:

Mercado de trabalho

Situação do Emprego: avaliação da segurança em relação ao emprego atual em comparação com o mesmo período do ano anterior

Situação de Renda: avaliação do nível de renda familiar em comparação com o mesmo período do ano anterior.

Consumo

Consumo Atual: avaliação do nível de consumo atual da família em comparação com o mesmo período do ano anterior

Acesso a Crédito: avaliação da facilidade na obtenção de crédito para compras a prazo em comparação com o mesmo período do ano anterior

Momento para Consumo de Bens Duráveis: avaliação do momento atual para a compra de bens duráveis

(eletrodomésticos, eletrônicos e outros).

Expectativas

Perspectiva Profissional: perspectiva de ascensão profissional nos próximos meses

Perspectiva de Consumo: perspectiva de consumo nos próximos meses em comparação com o mesmo período do ano anterior

O ICF e seus componentes variam de 0 a 200 pontos. Resultados acima de 100 pontos refletem uma perspectiva otimista da média das famílias, cuja intensidade aumenta conforme o indicador se aproxima de 200. Em oposição, valores abaixo de 100 pontos denotam uma opinião média pessimista, mais intensa quanto mais próximo de 0 se encontra o indicador.

É permitida a reprodução total ou parcial deste conteúdo, elaborado pela FECOMÉRCIO-RS, desde que citada a fonte/elaboração. A FECOMÉRCIO-RS não se responsabiliza por atos/interpretações/decisões tomadas com base nas informações disponibilizadas por suas publicações.

Assessoria Econômica do Sistema Fecomércio-RS
assec@fecomercio-rs.org.br - Fone: (51) 3375 7556