

Fecomércio RS
Sesc | Senac



ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Novembro de 2024



O que o ICF apresentou em nov/24?

O ICF registrou 61,5 pontos em nov/24, e teve um recuo de 1,3% ante out/24. Quando comparado a nov23, houve recuo de 1,1%.

Os dados desta edição foram coletados nos últimos dez dias de out/24 em Porto Alegre.

O resultado de nov/24 interrompeu o processo de recuperação do ICF observado desde ago/24. A queda, entretanto, não foi homogênea e, por mais que tenha predominado a influência negativa para o resultado do índice cheio, vale notar as diferenças entre seus componentes. Isso porque os indicadores que avaliam a Situação da Renda Atual e a Perspectiva de Consumo não apenas tiveram avanço na passagem do mês (ambos com aumento de 1,1% ante out/24) como também são os únicos que superam, e em boa medida, o patamar do mesmo período do ano passado (11,5% e 16,1%, respectivamente). A

melhora, no entanto, significa uma redução de pessimismo nesses aspectos, já que ambos se encontram abaixo dos 100,0 pontos (linha de neutralidade).

Entre os demais componentes, o que teve maior recuo na margem e, com isso, se encontra no menor nível entre os indicadores (21,2 pontos; -13,6% ante out/24), foi a Perspectiva Profissional. Essa queda decorreu de uma parcela maior de entrevistados em nov/24 (84,8%) que não vislumbra melhora profissional nos próximos seis meses. Sempre salientamos, no entanto, que a interpretação desse indicador deve ser feita com cautela, já que a falta de perspectiva de melhora pode fazer sentido em situações de maior estabilidade no mercado de trabalho.

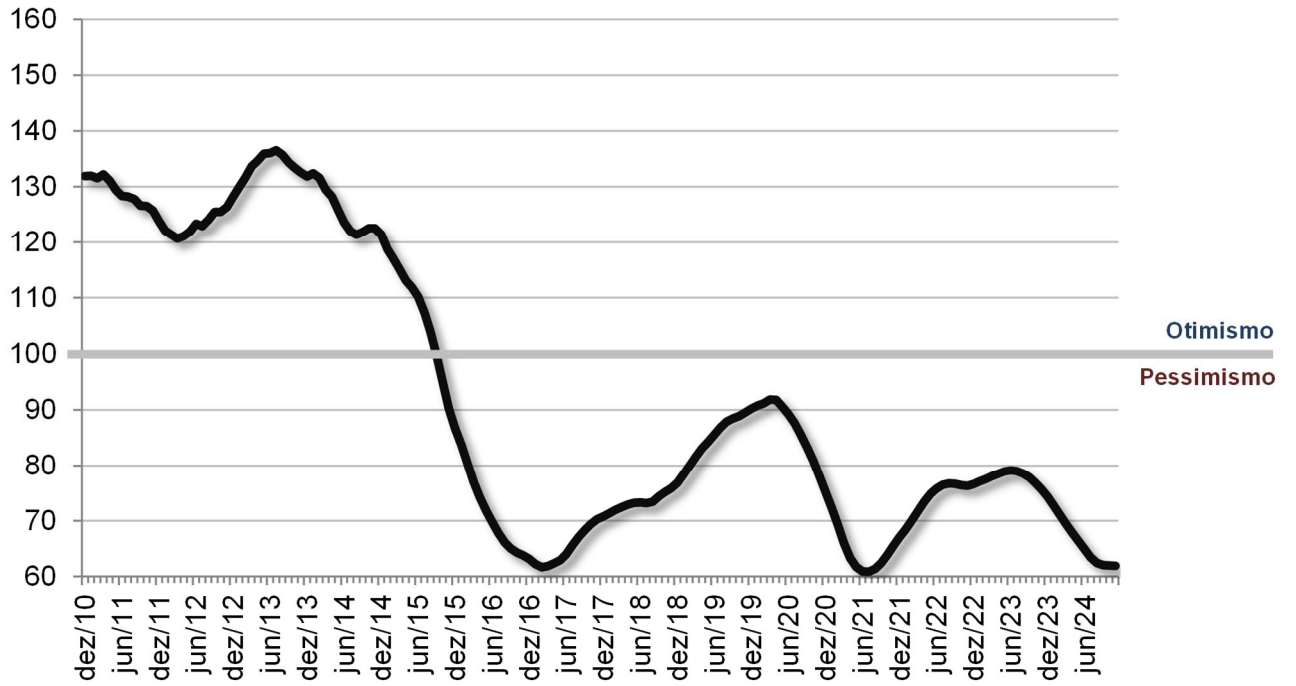
A segunda maior queda na margem veio do indicador de Consumo Atual (-3,6% ante out/24; 53,0 pontos), com aumento na

parcela de entrevistados que dizem estar comprando menos (60,0%).

Apesar da queda do ICF na margem, a média móvel em três meses seguiu crescendo, de forma que a interrupção da alta do ICF parece indicar, por ora, uma acomodação da confiança. De maneira geral, fica evidente que, mesmo que o nível agregado de consumo esteja avançando no RS (como mostra a PMC e o faturamento do varejo pelos dados da Receita Estadual), a percepção das famílias não é de que estão consumindo mais. Assim, os resultados do ICF indicam que prevalece a cautela nas decisões de compra, de forma que as melhoras objetivas conjunturais de emprego e renda não têm sido suficientes para impulsionar a confiança para consumir, em um contexto de crédito caro e melhoras apenas marginais nos orçamentos.

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	61,5	▼	-1,3%	▼	-1,1%
Grupo I: Mercado de trabalho					
Situação do Emprego	84,1	▼	-1,6%	▼	-2,2%
Situação de Renda	88,1	▲	1,1%	▲	11,5%
Grupo II: Consumo					
Consumo Atual	53,0	▼	-3,6%	▼	-4,9%
Acesso a Crédito	83,9	▼	-1,3%	▼	-7,6%
Momento para Consumo de Bens Duráveis	21,8	▲	0,3%	▼	-18,6%
Grupo III: Expectativas					
Perspectiva Profissional	21,2	▼	-13,6%	▼	-27,3%
Perspectiva de Consumo	77,9	▲	1,1%	▲	16,1%



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 **84,1 pontos**, com queda (1,6%) na margem. Em relação a nov/23, houve queda de 2,2%. Em nível, o subíndice está 26,3% abaixo do patamar pré-pandemia (mar/20 para essa pesquisa) e 9,9% 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 30,3% em nov/24 (30,2% em out/23 e 31,4% em nov/23), 14,5%

estavam se sentindo mais seguros (15,7% em out/24 e 17,4% em nov/23) e 47,7% se sentiam da mesma forma (47,4% em out/24 e 43,6% em nov/23). Entre os entrevistados, 7,4% indicaram estar desempregados (6,6% em out/24 e 7,5% em nov/23).

A média em 12 meses do indicador ficou em 88,2 pontos em nov/24 (88,4 em out/24).

Na avaliação quanto à **Situação de Renda Atual**, o indicador teve variação 1,1% na comparação com out/24, registrando **88,1 pontos**. Em relação ao mesmo período do ano

anterior, o indicador teve avanço de 11,5%.

Entre os entrevistados, enquanto 69,3% avaliam que sua renda está igual ao mesmo período do ano passado (66,0% em out/24 e 61,9% em nov/23), para 21,3% a percepção é de um nível de renda pior (23,4% em out/24 e 29,5% em nov/23) e para 9,4% a percepção é de renda melhor (10,6% em out/24 e 8,6% em nov/23).

Na média em 12 meses, o indicador passou de 84,6 pontos em out/24 para 85,4 pontos em nov/24.

Consumo

O indicador referente ao **Nível de Consumo Atual** registrou **53,0 pontos**, o que representou uma queda de 3,6% em relação ao mês anterior. Na comparação com o mesmo período do ano anterior, o resultado foi 4,9% abaixo do patamar de nov/23.

Entre os entrevistados, 60,0% afirmam estar comprando menos do que no mesmo período do ano anterior (58,6% em out/24 e em nov/23, esse percentual era de 58,7%); um nível de consumo

equivalente ao ano anterior foi apontado por 27,0% (27,7% em out/24 e 26,9% em nov/23), enquanto 13,0% relataram estar comprando mais (13,6% em out/24 e 14,4% em nov/23).

Na média de 12 meses, o indicador registrou 53,8 pontos, com redução ante a média de 54,0 pontos registrada em out/24.

O indicador referente à facilidade de **Acesso a Crédito** registrou **83,9 pontos** em nov/24, com uma queda de 1,3% em relação ao mês

anterior. Na comparação com nov/23, houve recuo de 7,6%.

A média em 12 meses registrou 81,8 pontos. No mês anterior, a média estava em 82,4 pontos.

No que se refere ao **Momento para Consumo de Bens Duráveis**, o indicador registrou **21,8 pontos** no mês de nov/24, avançando 0,3% na comparação mensal. O resultado do mês ficou 18,6% abaixo do nível de nov/23. Entre os entrevistados, 89,0%

consideraram ser um momento ruim para a compra de duráveis (89,0% em out/24 e 86,6% em nov/23). O

indicador está abaixo dos 100 pontos desde jan/15.

Nos últimos 12 meses, o índice registrou média de 24,6 pontos, caindo em relação a out/24 (25,0 pontos).

Expectativas

O indicador de **Perspectiva Profissional** registrou **21,2 pontos**, com uma queda de 13,6% frente ao mês anterior. Em relação ao mês de nov/23, esse resultado foi 27,3% inferior.

Entre os entrevistados, 84,8% não esperam nenhuma melhora profissional nos próximos seis meses, enquanto 6,0% esperam alguma melhora e 9,2% indicaram não saber. Em nov/23, esses percentuais correspondiam a 79,6%, 8,8% e 11,6%, respectivamente; em out/24, eram de 82,8%, 7,3% e 10,0%, respectivamente.

Vale nota que, apesar da queda no índice, a predominância de uma avaliação que não espera melhora profissional não necessariamente reflete uma percepção pessimista sobre o emprego, podendo refletir uma percepção estável

Na média dos últimos 12 meses, o indicador registrou 24,6 pontos em nov/24, valor inferior aos 25,2 pontos de out/24.

A **Perspectiva de Consumo** registrou **77,9 pontos** em nov/24, aumento de 1,1% ante out/24. Na

comparação com nov/23, a variação foi de 16,1%.

Para 37,1% das famílias, o consumo nos próximos meses tende a ser menor ao do ano passado (38,1% em out/24 e 14,5% em nov/23); 47,8% avaliam que deva ser igual (46,7% em out/24 e 38,1% em nov/23) e 15,1% consideram que deva ser maior (15,2% em out/24 e 14,5% em nov/23).

A média dos últimos 12 meses foi de 75,1 pontos, avançando ante a média até out/24 (74,2 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