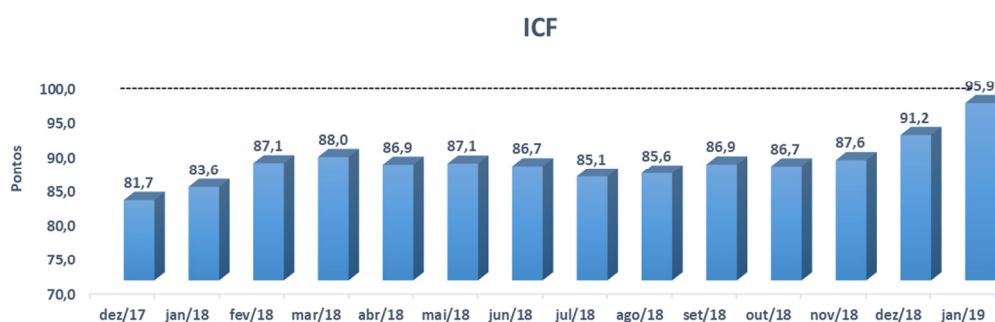


## Intenção de Consumo das Famílias Avançou 5,1% em Janeiro

*Elevação de 5,1% na intenção de consumo das famílias em janeiro surpreende, ultrapassando a variação de dezembro do ano passado (4,2%), tornando-se a maior alta mensal da série iniciada em janeiro de 2010.*

A pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) apurou que o índice de intenção de consumo das famílias (ICF) apresentou variação histórica de 5,1% no primeiro mês de 2019, a mais alta em 109 meses. Além da continuidade da melhoria da economia brasileira, a esta variação podem ser creditadas a confiança e as expectativas das famílias com relação aos rumos da economia com o novo governo.

O ICF atingiu 95,9 pontos, mantendo a tendência observada desde novembro. No entanto, permaneceu ainda na zona de insatisfação, abaixo de 100 pontos. A última vez que as famílias se perceberam satisfeitas foi em abril de 2015 (102,9 pontos).



Assim como em dezembro passado, todos os subindicadores do ICF cresceram. Sobressaíram em janeiro as variações do Momento para Duráveis (+11,0%), Perspectiva de Consumo (+5,8%) e Perspectiva Profissional (+5,0%).

Indicador	Jan/19 Pontos	Varição Mensal %	Varição Anual %
Emprego Atual	117,9	3,1	7,4
Perspectiva Profissional	112,5	5,0	12,7
Renda Atual	108,6	3,8	14,0
Compra a Prazo	86,8	4,9	13,8
Nível de Consumo Atual	74,6	4,4	24,6
Perspectiva de Consumo	98,7	5,8	20,5
Momento para Duráveis	72,1	11,0	15,9
<b>ICF</b>	<b>95,9</b>	<b>5,1</b>	<b>14,7</b>

A evolução regional apresentou as famílias do Centro-Oeste (100,7 pontos) como as únicas satisfeitas nas intenções de compras, pois é a região acima de 100 pontos. Sul (99,4 pontos) e Nordeste (96,1 pontos) vêm em seguida.

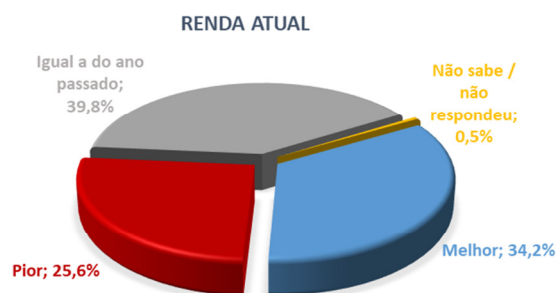
Na comparação anual, o ICF oscilou +14,7%, graças às variações no Sudeste (+17,8%) e no Nordeste (+16,1%), principalmente. De maneira geral, as famílias brasileiras se apresentaram em melhores condições e menos insatisfeitas do que há um ano.

Por faixa de renda, apesar de se apresentarem na zona de insatisfação desde maio de 2015 (97,0 pontos), as famílias com vencimentos até 10 salários mínimos registraram mais disposição ao consumo (93,0 pontos) do que as famílias que recebem acima deste limite de renda (110,0 pontos). Essas últimas atingiram a linha da indiferença (100,0 pontos) em novembro de 2018.

### Renda e Emprego

As condições favoráveis do mercado de trabalho aliadas à estabilidade inflacionária juntamente com o recebimento do 13º salário devem ter influenciado as famílias em janeiro para o entendimento de que a situação parece melhorar. Neste sentido, os subindicadores Renda Atual (+3,8%) e Emprego Atual (+3,1%) estabeleceram um cenário favorável para o consumo.

Quanto à Renda Atual, pouco mais de 1/3 das famílias (34,2%) respondeu que o orçamento está melhor do que há um ano. Em janeiro de 2018, este grupo era formado por 29,3% das famílias. Também era de 34,1% o número de famílias que achavam que a renda havia piorado, enquanto neste mês o número caiu para 25,6%.



No tocante ao entendimento do Emprego Atual, em janeiro de 2018, 33,4% das famílias sentiam-se mais seguras e 23,6% apresentaram-se menos seguras. Neste ano, o número de famílias que se sentiram mais confiantes aumentou para 35,9%, ao passo que caíram as que estavam menos seguras 17,9%.

### Condições de Consumo

Dos subíndices que explicam as condições de consumo, Momento para Duráveis registrou maior variação (+11,0%), embora seja o que se apresenta no menor patamar (72,1 pontos).

Ajudam a explicar a alta da intenção de compras de eletroeletrônicos e eletrodomésticos fatores como a estabilidade dos preços, a queda do dólar, a diminuição recente do endividamento com o recebimento do 13º salário, o potencial para uso do crédito novamente e a hipótese de haver possíveis folgas orçamentárias para isto. Na comparação anual, caiu 5,5 pontos percentuais o número das famílias que consideraram que a conjuntura não era apropriada para a aquisição de duráveis (de 65,4% para 59,9%). Em contrapartida, se em janeiro de 2018 cerca de 27,7% das famílias achavam que o momento era favorável, agora 32,0% das famílias entenderam que o momento era bom para a compra de bens duráveis.



### Perspectivas

As evidências de que o mercado de trabalho vem melhorando devem ter contribuído para o crescimento da Perspectiva Profissional (+5,0%). O otimismo revelou-se pelo incremento do número das famílias que intuíram que haverá melhoria profissional nos próximos meses.

Em janeiro corrente, a maioria das famílias (50,9%) reconheceu que as perspectivas profissionais melhorarão nos próximos meses, diferentemente das que entenderam que possam estar negativas (38,4%). Em janeiro do ano passado, as famílias que achavam que as perspectivas profissionais eram ruins somavam 45,0% e superavam as que achavam o contrário (44,7%).



A alta de Perspectiva de Consumo (+5,8%) sinalizou que as famílias se mostraram mais dispostas a ir às compras nos próximos meses, sinal que pode significar alento para o comércio, na medida em que manifestaram maior interesse. Em relação ao ano passado, este subíndice é 20,5% maior.

### Conclusões

A recuperação lenta da economia e a mudança de governo podem ter influenciado positivamente a confiança das famílias, repercutindo na alta da intenção de compras, no desejo por bens duráveis e nas expectativas profissionais.

Diante do cenário em que o crescimento econômico vem sendo gradual, podendo acentuar-se em 2019, o ICF tenderá a crescer durante o ano, dificilmente repetindo a taxa de janeiro.

A CNC revisou sua previsão de crescimento da economia em 2019 para um pouco acima do mercado: 2,6%. Além disso, espera aumento do volume de vendas do varejo em 4,8% em 2018; e de 5,5% para o corrente ano.

## **Metodologia**

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

A pesquisa nacional do Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) 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 dos aspectos importantes da condição de vida de suas famílias, tais como 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 grau de satisfação e insatisfação dos consumidores, por meio de sua dimensão: o índice abaixo de 100 pontos indica uma percepção de insatisfação, enquanto o 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.

A pesquisa é composta 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 anterior. Os demais itens referem-se a perspectivas de melhoria profissional para os seis meses seguintes, expectativas de consumo para os três meses seguintes e avaliação do momento atual quanto à aquisição de bens duráveis.

Para o comércio, o ICF cumpre um papel altamente relevante, ao fundir as percepções pessoal e familiar, capturando informações em todas as unidades da Federação. Tais informações são obtidas com base em 18 mil questionários, analisados mensalmente. Outro fator que destaca o ICF ante 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.