

Intenção de gastos familiares diminuiu 0,4% em março

Após quatro meses de altas sucessivas, o indicador da intenção de consumo das famílias caiu 0,4% em março, mostrando que os consumidores se apresentaram mais cautelosos nas suas escolhas, principalmente porque perceberam de forma menos favorável o momento para a aquisição de produtos duráveis.

Segundo pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o índice Intenção de Consumo das Famílias (ICF) recuou 0,4% no corrente mês, em virtude da queda de quatro dos sete subindicadores: Momento para Duráveis (-2,4%), Nível de Consumo Atual (-1,5%), Perspectiva Profissional (-0,8%) e Emprego Atual (-0,2%).

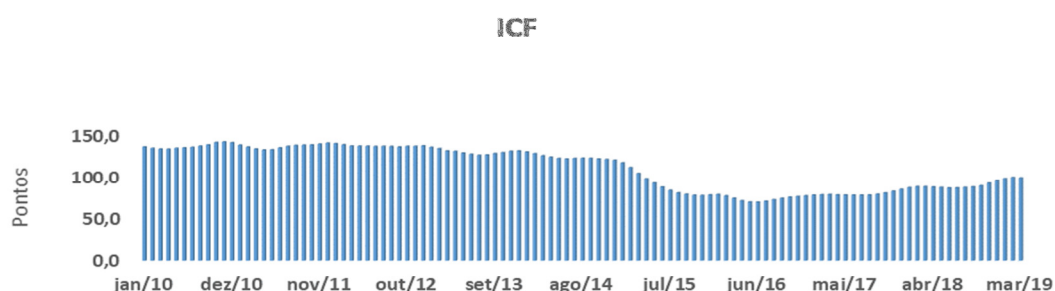
ICF (pontos) –

Março/19

Indicador	mar/19	Variação Mensal	Variação Anual
Emprego Atual	120,7	-0,2%	+6,4%
Perspectiva Profissional	113,0	-0,8%	+7,0%
Renda Atual	112,0	+0,3%	+12,0%
Compra a Prazo	89,7	+0,4%	+10,7%
Nível de Consumo Atual	75,4	-1,5%	+19,5%
Perspectiva de Consumo	102,2	+0,2%	+19,0%
Momento para Duráveis	73,5	-2,4%	+9,4%
ICF	98,1	-0,4%	+11,4%

Apesar disso, na comparação com março de 2018, o ICF apresentou alta expressiva (+11,4%), puxada pelo crescimento dos subindicadores Nível de Consumo Atual (+19,5%) e Perspectiva de Consumo (+19,0%).

Com o rebaixamento de março, o indicador da intenção de compras atingiu 98,1 pontos, mantendo-se ainda na zona de insatisfação (abaixo de 100 pontos) desde abril de 2015 quando



cravou 97,0 pontos.

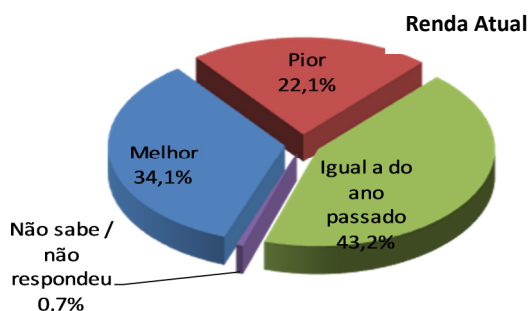
Regionalmente, as famílias residentes no Norte foram as únicas a demonstrar disposição para incrementar o padrão de gastos (+2,6%), enquanto o pessimismo foi disseminado nas regiões, destacando a retração do ICF no Centro-Oeste (-3,8%).

Por faixa de renda, embora as famílias com recebimentos acima de 10 salários mínimos se mostrassem mais satisfeitas (113 pontos), tanto este grupo (-0,3%) quanto aquelas com ganhos até 10 salários mínimos (-0,5%) revelaram menor disposição para o consumo.

Mercado de trabalho

A queda do subíndice Emprego Atual (-0,2%) deveu-se à insegurança das famílias no Centro-Oeste (-2,9%), apesar dos aumentos no Sul (+1,3%) e Sudeste (0,9%). Por faixa de renda, as mais ricas com mais de 10 salários mínimos (-0,9%) foram determinantes para o resultado, uma vez que as com ganhos até 10 salários mínimos mantiveram-se estáveis (0,0%).

Já o subindicador Renda Atual subiu 0,3% por causa da manutenção da estabilidade inflacionária no começo do ano e da possibilidade de recebimento do PIS/Pasep. Nessas condições, hoje é bem maior o número de famílias que perceberam melhora na renda (34,1%), como também é bem menor o número das que verificaram deterioração da renda (22,1%).



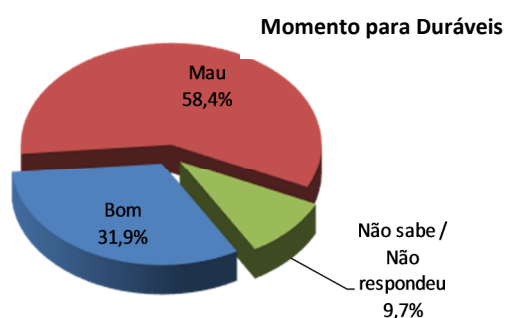
Em março de 2018, aproximadamente 29,3% das famílias sentiam que a renda havia melhorado, bem como 29,3% das famílias achavam que os ganhos haviam piorado.

Condições de consumo

Apesar do crescimento do subindicador Compras a Prazo (+0,4%), as variações de Nível de Consumo Atual (-1,5%) e Momento para Duráveis (-2,4%) refletiram circunstâncias menos favoráveis para o consumo.

Sobre Nível de Consumo Atual (-1,5%), este subíndice caiu em virtude da sensação geral de consumo inferior, tanto para as famílias com vencimentos até 10 salários mínimos (-1,6%) como para as que ganhavam acima deste corte de renda (-0,6%).

Já a retração do Momento para a Aquisição de Bens Duráveis (-2,4%) teve influência sobremaneira da taxa referente às famílias com ganhos até 10 salários mínimos (-3,7%), diferentemente das que recebiam mais do que este nível de remuneração (+2,0%). Isso significa que pode haver espaço para endividamento ou para a compra destes bens nas famílias com maior remuneração.



A queda de Momento para Duráveis deveu-se também à reversão das expectativas das famílias no curto prazo. Isso porque este subindicador foi o que mais cresceu no primeiro bimestre de 2019.

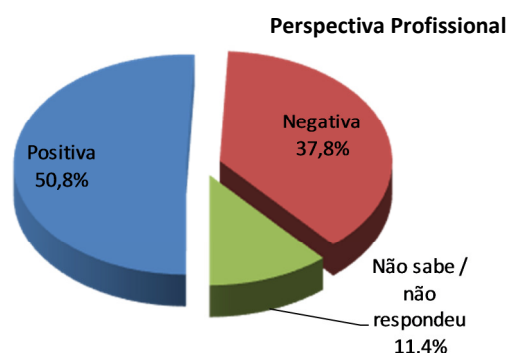
Em março deste ano, 31,9% das famílias reconheceram que o momento para duráveis era bom, enquanto 58,4% verificaram que o momento era ruim. Em março de 2018, os números pareciam piores, pois cerca de 29,5% das famílias entendiam como sendo o momento bom e 62,3% achavam um mau momento.

Perspectivas

No contexto da retração do ICF, o subindicador Perspectiva de Consumo cresceu apenas 0,2%. Isso resulta do entendimento das famílias de que o consumo tende a elevar-se ligeiramente pelos próximos meses. A estabilidade dos preços bem como a expectativa de que a inflação poderá ficar abaixo da do ano passado podem contribuir para esta impressão.

Já o subíndice Perspectiva Profissional baixou 0,8%. A diminuição retratou a deterioração das expectativas quanto a melhorias profissionais nos próximos seis meses. Isso porque os indicadores do desempenho do Brasil têm-se revelado fracos, aquém dos esperados, como é o caso da recuperação do mercado de trabalho e do crescimento econômico.

Apesar da contração deste subindicador, em relação ao ano passado a situação parece bem melhor. Hoje 50,8% das famílias informaram que poderá haver alguma melhoria profissional nos seis meses vindouros, ao passo que 37,8% observaram a perspectiva profissional negativamente. Há um ano as que viam perspectivas favoráveis somavam 47,7% das famílias, enquanto as que não eram otimistas chegavam a 42,1%.



Conclusões

A demora na implementação das reformas e do ambiente mais apropriado para investimentos vem ditando o ritmo lento da economia, de maneira que os preços têm-se mantido estáveis. Entretanto, o desemprego continua elevado, e os consumidores já não se apresentam tão otimistas quanto nos últimos quatro meses.

Em março, o ICF sofreu queda de 0,4% porque as famílias entenderam que o momento não era apropriado para a aquisição de duráveis (-2,4%), assim como reconheceram queda no nível de consumo atual (-1,5%). Grande número de famílias endividadas e recuo na intenção de compras explicam a performance desse índice.

O ICF (98,1 pontos) tende a crescer, devendo bater 100 pontos nos próximos meses, oscilando ao longo do ano e espelhando as mudanças na confiança dos consumidores em relação às perspectivas da economia e ao mercado de trabalho.