

Intenção de compra das famílias cai pela terceira vez consecutiva em maio

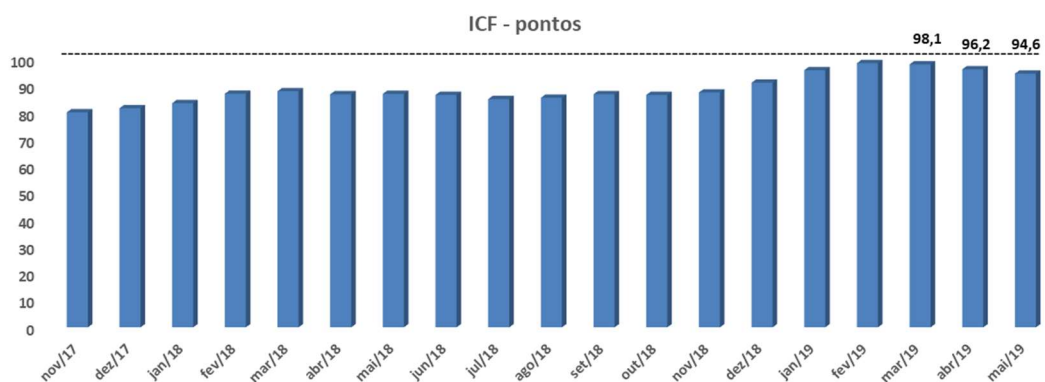
As famílias continuam se apresentando reticentes nas intenções de consumo. Em maio corrente o índice que mede a propensão a gastar caiu 1,7%, a terceira queda mensal sucessiva. A última vez que o ICF revelou três taxas negativas consecutivas foi entre abril e junho de 2017 quando a economia se recuperava da recessão de 2015-2016.

A queda do índice Intenção de Consumo das Famílias expõe sinais claros de que o momento da economia não é suficientemente bom para o comércio, diante do cenário de dificuldades do governo para a implementação de reformas e fazer com que haja investimentos e consumo. Assim, parece que a tendência é de cautela por parte dos diversos grupos familiares quanto aos seus dispêndios.

Segundo a pesquisa nacional realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a queda de 1,7% do ICF manteve a sequência das taxas negativas de março (-0,4%) e abril (-1,9%). Assim, nos últimos três meses esse indicador acumula retração de 4,0%.

Dessa forma, o resultado de maio contribui para diminuir ainda mais a alta do ICF observada no primeiro bimestre do ano (7,9%), quando o otimismo com as perspectivas do novo governo era bem maior, bem como eram maiores as expectativas com relação ao crescimento da economia.

Nessas condições, o ICF atinge 94,6 pontos, se distanciando da zona de otimismo. A partir de maio de 2015, esse indicador adentrou a zona de insatisfação (com 96,4 pontos), permanecendo nela desde então. Há 49 meses, ou seja, quatro anos e um mês, que as famílias se manifestam insatisfeitas no tocante à propensão de realizar seus gastos.



Em abril, as taxas de todos os subíndices do ICF revelaram-se negativas. Agora, excetuando Nível de Consumo Atual (+0,4%), os demais se mostram negativos. Perspectiva de Consumo (-3,6%), Perspectiva Profissional (-3,0%) e Momento para Duráveis (-2,7%) são as maiores contribuições para negativar o ICF em maio.

Indicador	mai/19	Varição Mensal	Varição Anual
Emprego Atual	117,9	-0,7%	+4,5%
Perspectiva Profissional	107,7	-3,0%	+3,8%
Renda Atual	110,7	-0,9%	+10,9%
Compra a Prazo	88,7	-1,0%	+11,3%
Nível de Consumo Atual	74,7	+0,4%	+16,0%
Perspectiva de Consumo	95,2	-3,6%	+8,8%
Momento para Duráveis	67,3	-2,7%	+9,6%
ICF	94,6	-1,7%	+8,6%

Assim, sob certos aspectos, verifica-se o relativo desalento das famílias no que concerne ao desejo de consumir diante de condições pouco favoráveis no curto prazo. Já em relação a maio de 2018, as famílias se consideram em situação mais satisfatória porque o indicador da intenção de consumo se apresenta 8,6% maior.

Regionalmente, o Centro-Oeste aparece como a única região onde as famílias ampliam as intenções de compra (+0,1%), embora a alta seja relativamente muito pequena diante de abril. Diferentemente da região Sudeste, que se destaca como a região com maior queda (-3,4%).

Segundo o critério por faixa de renda, a disposição para o consumo mostra-se decrescente para todas as famílias em geral. Sendo que as com rendimentos até 10 salários mínimos (-1,7%) apresentam menor desejo de gastos do que aquelas cujo rendimento fica acima deste patamar (-1,5%).

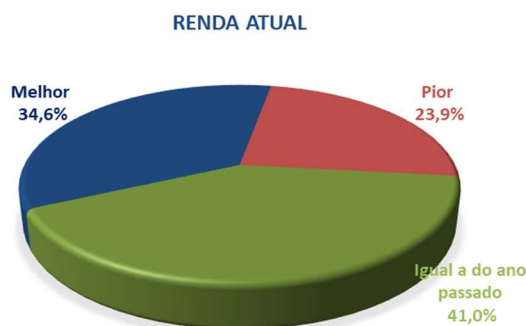
Mercado de Trabalho

O comportamento dos subíndices Emprego Atual (-0,7%) e Renda Atual (-0,9%) indica que as famílias consideram haver dificuldades a respeito da perspectiva profissional e que podem estar comprando menos.

As quedas podem ser explicadas pelo baixo dinamismo do mercado de trabalho brasileiro, que tem apresentado contingente de mais de 13 milhões de pessoas desempregadas, enquanto os preços médios têm sido influenciados pelas altas dos combustíveis e alimentos, com alguma transmissão para outros setores.

Apesar do relativo pessimismo que os subindicadores expõem, cerca de 41,0% das famílias consideram que a renda está igual à do ano passado, enquanto 34,6% reconhecem que ela está melhor. Perto de 23,9% diz que piorou.

Hoje as informações mostram que a situação melhorou, porque, em maio de 2018, 29,5% achavam que a renda havia piorado; cerca de 29,3% percebia que estava melhor; e 40,6% entendiam que o nível de renda estava igual a 2017.



Condições de Consumo

Dos sete subíndices do ICF, Nível de Consumo Atual (+0,4%) é o único que apresenta elevação. Os dois outros subíndices que medem as condições de consumo, Compras a Prazo (-1,0%) e Momento para Duráveis (-2,7%), puxam a média do ICF de maio para baixo.

Momento para Duráveis destaca-se como o subíndice do ICF que tem revelado o menor patamar desde dezembro de 2014 (98,1 pontos), quando passou para a linha inferior a 100 pontos.

Aproximadamente 61,5% das famílias entendem que o momento é ruim para a compra de eletrodomésticos, televisores, aparelhos de som, etc., enquanto 28,8% acham que pode ser bom.



Em maio de 2018, o pessimismo era maior porque 64,9% reconheciam que o momento era negativo, ao passo que 25,7% percebiam que podia ser melhor.

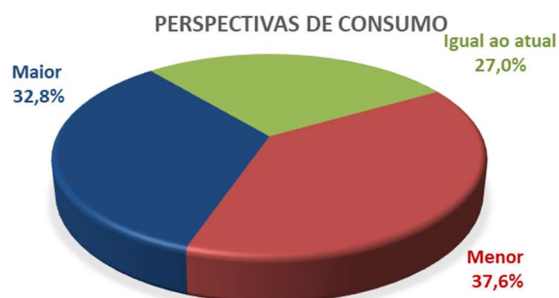
Perspectivas

O subindicador Perspectiva Profissional (-3,0%) chama a atenção pela intensidade da variação negativa, assim como Perspectiva de Consumo (-3,6%). Ambos capturam o entendimento negativo das famílias quanto aos aspectos profissionais e de compras.

A avaliação negativa das perspectivas profissionais mostra o ceticismo quanto a alguma melhoria profissional nos próximos meses. A retração no subindicador deve-se, principalmente, à compreensão das famílias com faixa de renda acima de 10 salários mínimos (-3,6%). Apesar disso, a situação ainda se encontra melhor do que em maio do ano passado: o número de famílias que consideram haver alguma perspectiva profissional aumentou; também diminuiu o das que pensam que ela tenha piorado.

Perspectiva Profissional		
Período\	mai/18	mai/19
Positiva	46,8%	48,8%
Negativa	43,0%	40,7%
Não sabe/não respondeu	10,1%	10,9%

A queda do subindicador de Perspectiva de Consumo (-3,6%) revela-se a maior do ICF. Ela se relaciona, sobretudo, com a prudência das famílias com relação às possibilidades de gastos. Esse índice encontra-se abaixo de 100 pontos desde abril de 2015 (95,3 pontos).



Embora tenha decrescido fortemente, a situação parece estar melhor em relação ao ano passado. Hoje as perspectivas de consumo são maiores para 32,8% das famílias, enquanto em maio de 2018 eram maiores

para 29,6%. E, se atualmente 37,6% das famílias entendem que as perspectivas de consumo são menores, em igual mês do ano passado este número era de 42,1% das famílias.

Conclusões

Em 2019, o desempenho da economia brasileira tem sido frustrante, observado pelas sucessivas revisões do Produto Interno Bruto (PIB) para baixo. Tanto o Banco Central quanto a Fundação Getúlio Vargas estimam que a economia sofreu retração no primeiro trimestre do corrente ano. A Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) até março de 2019 mostra que o ritmo do volume de vendas vem diminuindo – quando medido pela taxa acumulada em 12 meses.

Isso porque o contexto não se apresenta favorável. O desemprego tem crescido, a inflação vem subindo, os juros continuam altos, as famílias se endividaram mais, e os empresários esperam uma conjuntura melhor para investir e contratar.

No momento, apesar da tendência de queda, o ICF deve apresentar variações positivas e negativas até o fim do ano, dependendo do comportamento do mercado de trabalho, dos juros, da inflação e do humor das famílias com relação à política econômica e seus efeitos.

Metodologia

Sobre a Intenção de Consumo das Famílias:

A pesquisa nacional 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 da ICF podem ser avaliados sob dois ângulos. O primeiro é o 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 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 da 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, a 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 a 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.

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 da 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, a 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 a 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.