

## INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS DESACELERA NO 1º TRIMESTRE

*Após a alta de 0,7% do ICF em fevereiro, em março, a intenção de consumo das famílias brasileiras voltou a registrar crescimento moderado na comparação com o mesmo mês do ano anterior (+0,9%). Este resultado reforça a tendência de desaceleração do consumo, principalmente, levando-se em conta a expansão verificada em janeiro (+2,8%). Em relação ao mês anterior houve recuo de 1,7% em decorrência de quedas significativas na avaliação do momento atual para aquisição de bens duráveis (-6,9%) e satisfação com emprego atual (-2,2%). As perspectivas de consumo (+0,6%) e profissional (+1,3%) evitaram uma queda ainda maior do indicador geral na comparação com fevereiro.*

Na comparação anual o maior destaque positivo foi o crescimento da perspectiva de emprego (+5,2%). Assim como no mês anterior o subitem relativo ao consumo atual também registrou crescimento acima da média do ICF, embora em um ritmo menor (+1,5%) que aquele verificado no levantamento de fevereiro (+2,9%). As satisfações atuais quanto às condições de emprego (-0,3%) e, principalmente, renda (-0,8%) revelaram deterioração, assim como a percepção do momento atual para a aquisição de bens duráveis (-0,5%). Neste último caso, sob influencia das condições menos favoráveis de crédito. Neste sentido, a avaliação das compras a prazo evolui de forma mais modesta (+0,5%) que o verificado em janeiro (+4,6%).

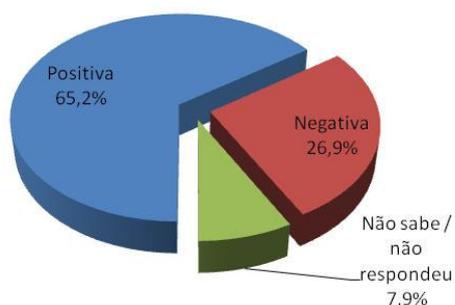
No corte regional, destaque para a recuperação na região Centro-Oeste (+3,3%) e para o sul do país (+1,2%). As capitais nordestinas, onde o nível de satisfação é o mais elevado do país (139,1 pontos contra 134,5 da média nacional) acusaram retração de 1,0%. Já o corte por faixas de renda revelou avaliações divergentes entre as famílias com renda de até dez salários mínimos e as demais (+1,2% e -1,4%, respectivamente).

### INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS

Indicador	mar/11	Varição Mensal	Varição Anual
Emprego Atual	134,2	-2,2%	-0,3%
Perspectiva Profissional	138,3	+1,3%	+5,2%
Renda Atual	142,7	-1,3%	-0,8%
Compra a Prazo	143,6	-1,4%	+0,5%
Nível de Consumo Atual	103,8	-1,0%	+1,5%
Perspectiva de Consumo	139,0	+0,6%	+1,2%
Momento para Duráveis	139,8	-6,9%	-0,5%
ICF	134,5	-1,7%	+0,9%

Apesar da queda mensal e da desaceleração anual, o nível do ICF (134,5 pontos) encontra-se confortavelmente dentro da área de satisfação das famílias brasileiras. O avanço da perspectiva de consumo tanto na comparação mensal (+0,6%), quanto em relação a março de 2010 (+1,2%) corrobora a percepção de que 2011 deverá ser um ano favorável ao consumo.

### Perspectiva Profissional: Otimismo apesar da menor satisfação atual.



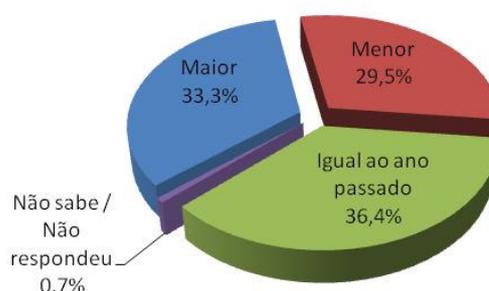
Apesar da queda de satisfação com relação às condições atuais do mercado de trabalho, 65,2% das famílias brasileiras avaliam de forma positiva as condições profissionais para os próximos seis meses. Aos 138,3 pontos, a alta de 5,2% deste indicador foi puxada pela melhor avaliação das famílias com renda de até 10 salários mínimos (+5,8% na comparação anual e +2,0% na base mensal). Contrariamente, as famílias mais ricas, não

enxergam melhores perspectivas profissionais no médio prazo (quedas de 2,4% em relação a fevereiro e de 0,3% contra março de 2010).

O sudeste com variação de +11,5% na comparação anual responde por 86% da alta deste indicador em março, contudo é no Norte do país, região que apresenta maior dinamismo no mercado de trabalho onde a perspectiva profissional é mais elevada (163,3 pontos ante 138,3 pontos da média das regiões pesquisadas). Segundo os últimos dados do Cadastro Geral de Empregados e desempregados (CAGED) do Ministério do Trabalho, o norte do país é a região que acusa a maior taxa de crescimento do emprego formal (+9,2% contra +7,5% da média nacional).

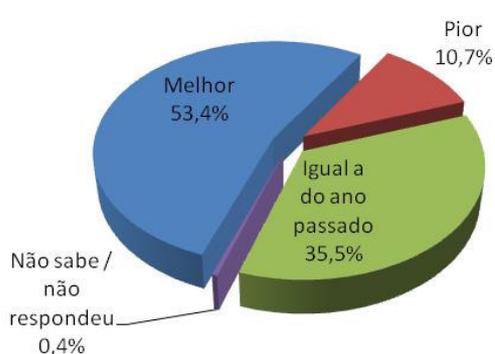
### Consumo Atual: Em 2011 vendas deverão crescer 6,8%.

A satisfação com o consumo atual é o subitem do ICF que mais cresceu nos três primeiros meses de 2011 (+4,2% contra +1,2% dos demais itens da pesquisa). Praticamente 70% das famílias das capitais brasileiras estão consumindo acima ou no mesmo ritmo do ano passado. Levando-se em conta, por exemplo, o crescimento recorde do varejo em 2010 (+10,9%, segundo a pesquisa mensal de comércio do IBGE), pode-se esperar por crescimento do consumo nos próximos meses, ainda que em ritmo mais moderado (+6,8% em 2011, segundo projeção da CNC) a partir das condições menos favoráveis dos mercados de trabalho e crédito.



As regiões Norte e Nordeste (+7,2% e +2,5%) cresceram acima da média nacional neste quesito (+1,5%) e deverão continuar a puxar as vendas no varejo, conforme revelam os últimos dados da pesquisa do IBGE. Segundo a PMC, alta de 10,7% do volume de vendas do varejo nos últimos doze meses vem sendo puxada pelas regiões Norte (+17,1%), Nordeste (+12,2%) e Centro-oeste (+12,4%). Assim como na perspectiva profissional as famílias brasileiras agrupadas segundo corte de renda vêm acusando avaliações divergentes. Também em relação ao consumo atual as famílias mais pobres se mostram mais otimistas que um antes (+2,5%), ao passo que os mais ricos revelam maior pessimismo (queda de 4,4%).

### Renda Atual: Inflação desfavorece ganhos reais.



A evolução da satisfação das famílias com a renda atual tem sido condizente com as persistentes pressões inflacionárias, sobretudo dos preços dos alimentos e o reajuste nominal do salário mínimo menor que os dos últimos anos. Sendo assim, este subitem do ICF é o que apresenta o segundo pior desempenho no ano com alta de 1,1% ante o primeiro trimestre de 2010. Em

março especificamente, ambos os cortes de renda convergiram para quedas na avaliação de famílias ricas (-1,1%) e pobres (-0,8%).

Regionalmente, este efeito foi mais sentido no Centro-Oeste do país onde este quesito acusou retrações de 5,8% em março e de 3,5% no trimestre. De fato, de acordo com o CAGED, o salário médio de admissão nesta região cresceu abaixo da média das demais regiões (+7,4% contra +9,7%, respectivamente). A região sul, por sua vez, onde o salário médio de admissão cresce mais (10,0%) que a média nacional, apresenta o nível mais elevado de satisfação neste subitem (150,3 pontos).

### Conclusões sobre o comportamento do ICF

- Todos os componentes do ICF acima do ponto de indiferença (100,0).
- Destaques Positivos: Perspectiva profissional (+5,2%); Consumo Atual (+1,5%); e Perspectiva de Consumo (+1,2%).
- Destaques Negativos: Renda Atual (-0,8%) e Momento para Aquisição de Duráveis (-0,5%).
- Perspectiva sinalizando consumo menos acelerado em 2011.
- Evoluções divergentes entre famílias ricas (-1,4%) e pobres (+1,2%).
- Centro-Oeste respondeu por 77% da alta do ICF.

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

A Pesquisa Nacional de Intenção de Consumo das Famílias (ICF-Nacional) 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 sobre aspectos importantes da condição de vida de sua família, tais como a sua 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 da magnitude do 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 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.

O ICF é composto 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 passado. Os demais itens referem-se a perspectivas de melhoria profissional para os próximos seis meses, expectativas de consumo para os próximos três meses e avaliação do momento atual quanto à aquisição de bens duráveis.

Para o comércio, o ICF cumpre um papel altamente relevante ao fundir a percepção pessoal e familiar capturando informações em todas as unidades da Federação. As informações são obtidas a partir de 18.000 questionários analisados mensalmente. Outro fator que destaca o ICF frente a 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. Outra característica deste indicador consiste na fusão da percepção pessoal e familiar.