Connect Fecomércio ES

Economia CAPIXABA

Relatórios Consolidados 2024

CONSUMO

Fecomércio ES
CNC Sesc Senac
Sindicatos

FAESA CENTRO UNIVERSITÁRIO

Senac Fecomércio Sesc

mCi Mobilização Capixaba pela Inovação

Fapes

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Ciência, Tecnologia, Inovação e Educação Profissional

REALIZAÇÃO

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇÕS E TURISMO DO ESPÍRITO SANTO, FECOMÉRCIO ES

Idalberto Moro - Presidente

Luiz Coelho Coutinho - 1º Vice-presidente

Cláudio Pagiola Sipolatti - 2º Vice-presidente

José Carlos Bergamin - 3º Vice-presidente

Wagner Corrêa – Superintendente

CENTRO UNIVERSITÁRIO FAESA

Alexandre Nunes Theodoro – Reitor

Carla Letícia Alvarenga Leite - Pró-Reitora

EXECUÇÃO

COORDENAÇÃO

Ana Carolina Júlio, Doutora – Senac ES – Coordenadora de Pesquisa

Ellen Scopel Cometti, Mestre - FAESA **-** Coordenadora Geral

EQUIPE TÉCNICA

Responsáveis pelo Levantamento de Dados, Análise e Apresentação dos Resultados

Ana Carolina Júlio, Doutora – Senac ES

André Spalenza, Doutor – Bolsista FAPES

Claudia Cavalcanti, Doutora - Bolsista FAPES

Eduarda Gripp, Mestre - Bolsista FAPES

Felipe Montini, Doutor - Bolsista FAPES

Gercione Dionizio Silva, Doutor - Bolsista FAPES

Ismael Passos, Mestre - Bolsista FAPES

Revieni Zanotelli, Mestre – Fecomércio ES

Responsável pelo Projeto Gráfico, Diagramação

Samuel Oliveira Cabral - Bolsista FAPES

Wendel Alexandre Albino Macedo, Mestre - Bolsista FAPES

Responsáveis pelo Metodologia aplicada na elaboração dos panoramas

Ana Carolina Júlio, Doutora – Senac ES

Richardson Schmittel, Doutor - Senac ES

Responsável pela Comunicação

Juliane Zaché – Fecomércio ES

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema FAESA de Bibliotecas

E19 Economia capixaba relatórios consolidados 2024: Consumo [recurso eletrônico] / Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Espírito Santo, Fecomércio ES; Centro Universitário FAESA - Vitória, ES: FAESA, 2024.

125p.; il.; 30 cm.

ISBN: 978-65-01-38360-6
Modo de acesso: < https://portaldocomercio-es.com.br/?page_id=43>

1. Consumo - doméstica. 2. Economia. 3. Espírito Santo. 4. Famílias Capixabas. 5 Inovação. I. Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Espírito Santo, Fecomércio ES. II. Centro Universitário FAESA. III. Título.

CDD 640

Connect
Fecomércio ES

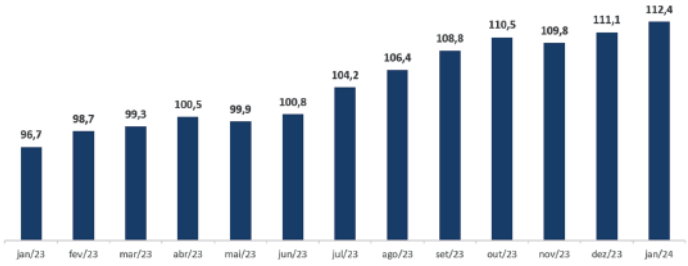
FAMÍLIAS CAPIXABAS INICIAM 2024 COM MAIS DISPOSIÇÃO PARA O CONSUMO

A intenção de consumo está 16,2% maior do que em 2023

Elaborado por: Ana Carolina Julio, Revieni C. Zanotelli, André Spalenza, Claudia Cavalcanti e Ismael Passos

Este documento apresenta o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), com o propósito de discernir padrões dentro do setor, fornecendo informações qualificadas para orientar o processo decisório. O ICF avalia a disposição das famílias em relação ao consumo de bens e serviços, refletindo seu nível de satisfação ou insatisfação nas áreas de emprego, renda e capacidade de consumo. Destaca-se que o índice registrou crescimento nos últimos dois meses (dezembro/23 e janeiro/24), após uma queda em novembro, conforme detalhado a seguir.

Evolução do ICF em Pontos, ES, Jan/2023 a Jan/2024



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

RESULTADO GERAL, ES, JANEIRO 2024

	Jan/24 x Dez/23	Jan/24 x Jan/23	Índice em pontos
Brasil	0,2%	12,2%	105,4
Espírito Santo	1,2%	16,2%	112,4

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No contexto brasileiro, o indicador experimentou um acréscimo de 0,2% entre dezembro de 2023 e janeiro de 2024. Quando comparado a janeiro de 2023, o índice apresentou um expressivo aumento de 12,2%. No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 105,4 pontos.

No Espírito Santo observou-se um crescimento de 1,2% na transição de dezembro de 2023 para janeiro de 2024. Ao ser contrastado com o mesmo mês de 2023, evidenciou-se uma elevação significativa de 16,2%. O indicador permanece no patamar de satisfação, alcançando a marca de 112,4 pontos.

A elevação no indicador de consumo das famílias no Brasil, tanto em termos mensais quanto anuais, pode ser interpretada como um indicativo positivo para a economia, sugerindo um potencial fortalecimento do poder de compra e da confiança dos consumidores.

Com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais abrangente do índice geral, apresentam-se a seguir os sete subíndices que o constituem.

SUBÍNDICES[1], ES, JANEIRO 2024

Subíndices	Índice Jan/24 X Índice Dez/23	Índice Jan/24 X Índice Jan/23	Índice em pontos
Segurança em relação ao Emprego Atual	-0,8%	8,6%	128,9
Perspectivas de melhores Condições Profissionais	-0,1%	1,0%	107,8
Satisfação com a Renda Atual	0,6%	23,1%	127,4
Acesso ao crédito	1,8%	10,3%	108,2
Nível de Consumo Atual	4,1%	12,3%	89,4
Perspectivas de Consumo	0,1%	15,5%	137,0
Avaliação do momento para Compra de bens duráveis	4,6%	16,2%	88,2

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota-se que, **na comparação entre janeiro de 2024 e dezembro de 2023**, o destaque se dá para "Avaliação do momento para Compra de bens duráveis" (+4,6%) e para "Nível de Consumo Atual" (+ 4,1%). Esses resultados indicam um otimismo e uma melhoria percebida nas condições de compra de bens duráveis, bem como um aumento no nível de consumo atual no período analisado.

Na avaliação interanual, destaca-se a "Satisfação com a Renda atual", com crescimento de 23,1% comparando-se janeiro de 2024 com janeiro 2023. A "Avaliação do momento para Compra de bens duráveis" representa ser, para além de um destaque mensal, um **destaque inter-anual**, crescendo 16,2 % frente a janeiro de 2023. Todavia, é importante destacar que esse subíndice não encontra-se no nível de satisfação, estando abaixo de 100 pontos. Exemplos comuns de bens duráveis incluem eletrodomésticos (geladeiras, fogões, máquinas de lavar), eletrônicos (televisores, computadores).

O item "Perspectivas de Consumo" foi o que apresentou a maior pontuação (137 pontos), com crescimento interanual (jan/24 x jan/23) de 15,5%.

E o que está acontecendo?

Em janeiro, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo registrou um aumento de 1,2%. Esse padrão de crescimento persiste desde maio de 2023, sendo interrompido apenas em novembro de 2023 e retomado a partir de dezembro de 2023. Pelo segundo mês consecutivo, o índice retoma sua trajetória positiva.

As famílias capixabas iniciam o ano de 2024 com uma disposição maior para realizar compras, evidenciada pelo indicador que está 16,2% mais elevado em comparação com janeiro de 2023. O desempenho positivo também é observado no ICF Brasil, que registrou um aumento de 12,2%. Destaca-se o componente "Satisfação com a Renda Atual", que apresentou um crescimento notável de 23,1% em relação a janeiro de 2023. Esses resultados indicam um fortalecimento da confiança dos consumidores, os quais demonstram otimismo para o restante do ano.

A retomada do crescimento do ICF em dezembro de 2023 e janeiro de 2024 pode indicar uma possível recuperação ou estabilidade no mercado de trabalho, influenciando positivamente a intenção de consumo das famílias. Conforme apontado no relatório Connect CAGED[2] de janeiro de 2024, o aumento no índice de empregos formais pode contribuir para um ambiente mais favorável ao consumo, refletindo-se na melhoria da confiança e nas intenções de compra das famílias.

Outro fator que pode ter colaborado com a melhoria na intenção de consumo, indicado pelo ICF, é a redução da inadimplência, conforme apontado pelo relatório PEIC[3] de janeiro de 2024. O relatório apontou que, no mês de dezembro, houve um recuo da inadimplência pela terceira vez consecutiva. Dessa forma, menos famílias em situação de inadimplência podem contribuir para um ambiente mais favorável ao consumo, aumentando a confiança do consumidor.

Notas:

- O ICF é um índice publicado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e
- O índice varia de 0 a 200 pontos, na qual abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação e acima de 100 indica satisfação com as variáveis estudadas.
- Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
- A pesquisa é realizada com cerca de 500 famílias residentes no município de Vitória – ES;
- Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
- O tratamento e a análise dos dados de Vitória-ES são realizados pela Assessoria Econômica da Fecomércio-ES.

[1] **Subindices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.
Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.
Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.
Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.
Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.
Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.
Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

[2] Projeto Connect fecomércio. CAGED. Janeiro/2024

[3] Projeto Connect Fecomércio. PEIC. Janeiro/2024

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **I Diretor Sesc-ES:** Bruno Pessanha Negris **I Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **I Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **I Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **I Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos I Tel.: 3205-0706 I www.fecomercio-es.com.br

Connect
Fecomércio ES

Intenção de Consumo das Famílias - ICF
Relatório Connect publicado em 22.02.2024
Pesquisa divulgada pela CNC em 20.02.2023
Dados coletados pela CNC, relativos a fevereiro de 2023

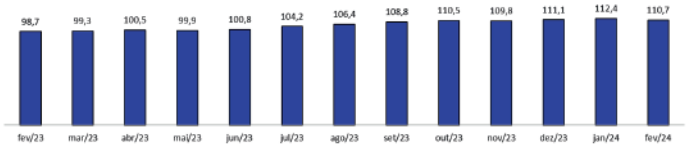
INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS SEGUE EM NÍVEL DE SATISFAÇÃO

Apesar da queda mensal, o índice é 12,2% maior do que em 2023

Elaborado por: Ana Carolina Julio, Revieni C. Zanotelli, André Spalenza, Claudia Cavalcanti e Ismael Passos.

Este documento apresenta o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), com o propósito de discernir padrões dentro do setor, fornecendo informações qualificadas para orientar o processo decisório. O ICF avalia a disposição das famílias em relação ao consumo de bens e serviços, refletindo seu nível de satisfação ou insatisfação nas áreas de emprego, renda e capacidade de consumo. Destaca-se que o índice registrou crescimento nos últimos dois meses (dezembro/23 e janeiro/24), seguido de uma queda em fevereiro, conforme detalhado a seguir.

Evolução do ICF em Pontos, ES, Fev/2023 a Fev/2024



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Resultado geral, ES, Fevereiro 2024

	Fev/24 x Jan/24	Fev/24 x Fev/23	Índice em pontos
Brasil	**-0,2%**	**10,4%**	**105,7**
Espírito Santo	**-1,5%**	**12,2%**	**110,7**

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No contexto brasileiro, o indicador experimentou uma queda de 0,2% entre janeiro de 2024 e fevereiro de 2024. Quando comparado a fevereiro de 2023, o índice apresentou um aumento de 10,4%. No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 105,7 pontos.

No Espírito Santo observou-se uma queda de 1,5% na transição de janeiro de 2024 para fevereiro de 2024. Ao ser contrastado com o mesmo mês de 2023, evidenciou-se uma elevação de 12,2%. O indicador permanece no patamar de satisfação, alcançando a marca de 110,7 pontos.

Com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais abrangente do índice geral, apresentam-se a seguir os sete subíndices que o constituem.

Subíndices[1], ES, Fevereiro 2024

Subíndices	Índice Fev/24 X Índice Jan/24	Índice Fev/24 X Índice Fev/23	Índice em pontos
Segurança em relação ao Emprego Atual	-0,9 %	5,9 %	127,7
Perspectivas de melhores Condições Profissionais	-3,7 %	-4,6 %	103,9
Satisfação com a Renda Atual	-1,3 %	16,1 %	125,8
Acesso ao crédito	-0,8 %	9,3 %	107,4
Nível de Consumo Atual	1,9 %	13,8 %	91,1
Perspectivas de Consumo	-3,0 %	11,5 %	132,9
Avaliação do momento para Compra de bens duráveis	-2,4 %	55,6 %	86,0

Fonte: Adaptado de CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota-se que, na comparação entre fevereiro de 2024 e janeiro de 2024, o destaque se dá para "Nível de consumo atual" (+1,9%), como o único indicador que se manteve positivo na passagem de janeiro para fevereiro.

Apesar da queda mensal dos indicadores, de forma geral, observa-se que sete, dos nove indicadores, se encontram em crescimento ao se comparar com o mesmo período do ano passado. Na avaliação interanual, destaca-se "Avaliação do momento para Compra de bens duráveis", crescendo 55,6 % frente a fevereiro 2023. Todavia, é importante destacar que esse subíndice não encontra-se no nível de satisfação, estando abaixo de 100 pontos. Exemplos comuns de bens duráveis incluem eletrodomésticos (geladeiras, fogões, máquinas de lavar), eletrônicos (televisores, computadores).

O item "Perspectivas de Consumo" foi o que apresentou a maior pontuação (132,9 pontos), seguido por "Segurança em relação ao emprego atual" (127,7 pontos) e "Satisfação com a renda atual" (125,8 pontos). Destaca-se ainda, que cinco, dos sete subíndices encontram-se acima do nível de satisfação de 100 pontos.

O que está acontecendo?

No mês de fevereiro, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo registrou uma diminuição de 1,5%. Contudo, o índice se mantém acima do patamar de satisfação, de 100 pontos, indicando uma perspectiva positiva entre os consumidores. Na análise interanual, comparando com o mesmo período do ano anterior, há um aumento de 12,2% no ICF, sugerindo uma melhoria na intenção de consumo, possivelmente influenciada por fatores econômicos como a estabilidade no emprego e aumento de renda.

Destaca-se os itens: "Perspectivas de Consumo" (132,9 pontos), "Segurança em relação ao emprego atual" (127,7 pontos) e a "Satisfação com a renda atual" (125,8 pontos). Tal resultado pode refletir uma visão positiva dos consumidores sobre o futuro próximo. Ainda que a percepção das famílias sobre estabilidade no trabalho e satisfação com os níveis atuais de renda tenham melhorias a serem alcançadas, já é possível identificar avanços, principalmente ao se comparar com o mesmo período do ano de 2023.

O relatório PEIC[2], da equipe Connect identificou uma diminuição da inadimplência. De acordo com a CNC[3] é possível que as famílias estejam utilizando o acesso a crédito com custos reduzidos para reorganizar suas finanças, em vez de assumir novas dívidas através de compras. Essa tendência de priorizar a quitação de dívidas ao invés de ampliar o consumo não é vista de maneira negativa, pelo contrário, essa atitude reflete um aumento na consciência financeira das famílias brasileiras em relação ao gerenciamento de seus recursos.

Além disso, é possível que as famílias estejam se reorganizando financeiramente após os períodos de gastos como a Black Friday, o Natal, os custos escolares típicos do início do ano e pamaneto de impostos. Esta reorganização sugere uma cautela e planejamento em relação às finanças pessoais, adaptando-se ao ciclo de despesas sazonais e priorizando a estabilidade financeira no longo prazo.

Notas:

- O ICF é um índice publicado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e
- O índice varia de 0 a 200 pontos, na qual abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação e acima de 100 indica satisfação com as variáveis estudadas.
- Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
- A pesquisa é realizada com cerca de 500 famílias residentes no município de Vitória – ES;
- Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
- O tratamento e a análise dos dados de Vitória-ES são realizados pela Assessoria Econômica da Fecomércio-ES.

[1] **Subindices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

[2] Projeto Connect fecomércio. Peic. Fevereiro/2024

[3] CNC. Intenção de Consumo das Famílias (ICF). Fevereiro/2024.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Bruno Pessanha Negris **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Wendel Alexandre l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

Intenção de Consumo das Famílias - ICF
Relatório Connect publicado em 25.03.2024
Pesquisa divulgada pela CNC em 19.03.2024
Dados coletados pela CNC, relativos a março de 2024

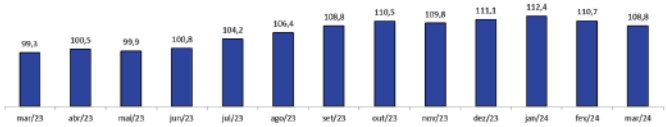
INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAI PELO SEGUNDO MÊS CONSECUTIVO

Capixabas podem ter priorizado pagar dívidas em atraso

Elaborado por: Ana Carolina Julio e Andre Spalenza.

Este documento apresenta o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), com o propósito de discernir padrões dentro do setor, fornecendo informações qualificadas para orientar o processo decisório. O ICF avalia a disposição das famílias em relação ao consumo de bens e serviços, refletindo seu nível de satisfação ou insatisfação nas áreas de emprego, renda e capacidade de consumo. Destaca-se que o índice registrou crescimento nos meses de dezembro/23 e janeiro/24, seguido de uma queda em fevereiro, e outra em março de 2024, porém segue no nível de satisfação com 108,8 pontos.

Evolução do ICF em Pontos, ES, Março/2023 a Março/2024



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Destaca-se ainda que, na comparação com março de 2023 o indicador apresentou crescimento de 9,6%.

Resultado geral, ES, Março 2024

	Mar/24 x Fev/24	Mar/24 x Mar/23	Índice em pono
Brasil	-1,5%	7,7%	104,1
Espírito Santo	-1,7%	9,6%	108,8

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No contexto brasileiro, o indicador experimentou uma queda de 1,5% entre fevereiro de 2024 e março de 2024. Quando comparado a março de 2023, o índice apresentou um aumento de 7,7%. No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 104,1 pontos.

No Espírito Santo observou-se uma queda de 1,7% na transição de fevereiro de 2024 para março de 2024. Ao ser contrastado com o mesmo mês de

2023, evidenciou-se uma elevação de 9,6%. O indicador permanece no patamar de satisfação, alcançando a marca de 108,8 pontos.

Com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais abrangente do índice geral, apresentam-se a seguir os sete subíndices que o constituem.

Subíndices[1], ES, Março 2024

Subíndices	Índice Mar/24 X Índice Fev/24	Índice Mar/24 X Índice Mar/23	Índice em pontos
Segurança em relação ao Emprego Atual	0,2 %	7,2 %	128
Perspectivas de melhores Condições Profissionais	-1,1 %	-6,6, %	102,8
Satisfação com a Renda Atual	0,6 %	12,0 %	126,6
Acesso ao crédito	-1,0 %	10,8 %	106,4
Nível de Consumo Atual	-2,4 %	10,9 %	88,9
Perspectivas de Consumo	-3,3 %	9,3 %	128,6
Avaliação do momento para Compra de bens duráveis	-6,1 %	37,2 %	80,8

Fonte: Adaptado de CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota-se que, na comparação entre Março de 2024 e Fevereiro de 2024, o destaque se dá para “Segurança em relação ao Emprego Atual” (+0,2%) e “Satisfação com a Renda Atual” (0,6%), como indicadores que se manteviveram estáveis na passagem de fevereiro para março.

Apesar da queda mensal dos indicadores, de forma geral, observa-se que seis, dos sete indicadores, se encontram em crescimento ao se comparar com o mesmo período do ano passado. Na avaliação interanual, destaca-se “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis”, crescendo 37,2 % frente a março de 2023. Todavia, é importante destacar que esse subíndice não encontra-se no nível de satisfação, estando abaixo de 100 pontos. Exemplos comuns de bens duráveis incluem eletrodomésticos (geladeiras, fogões, máquinas de lavar), eletrônicos (televisores, computadores).

O item “Perspectivas de Consumo” foi o que apresentou a maior pontuação (128,6 pontos), seguido por “Segurança em relação ao emprego atual” (128 pontos). Destaca-se ainda, que cinco, dos sete subíndices encontram-se acima do nível de satisfação de 100 pontos.

O que está acontecendo?

No mês de março, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo registrou uma diminuição de 1,7%. Contudo, o índice se mantém acima do patamar de satisfação, de 100 pontos, indicando uma perspectiva positiva entre os consumidores. Na análise interanual, comparando com o mesmo período do ano anterior, há um aumento de 9,6% no ICF, sugerindo uma melhoria na intenção de consumo, possivelmente influenciada por fatores econômicos como a estabilidade no emprego e aumento de renda.

A redução da inadimplência das famílias, observada no Espírito Santo, em que a taxa fechou fevereiro em 36,7%[1] — o menor dos últimos 13 meses —, reflete um momento de cautela por parte dos consumidores. Para cumprir com suas obrigações financeiras, muitas famílias podem ter optado por recorrer aos seus recursos disponíveis, destinando-os ao pagamento de dívidas em atraso. Os recursos que poderiam ser destinados a novas aquisições são, em vez disso, direcionados para a quitação de dívidas, impactando o ICF.

Destaca-se, porém, que mesmo com a diminuição do ICF, os subíndices relacionados à Satisfação com a Renda Atual e à Segurança em relação ao Emprego Atual se mantiveram estáveis. Isso sugere que, embora as famílias estejam priorizando o pagamento de suas dívidas em detrimento do consumo, essa escolha não parece estar sendo motivada por um sentimento de insatisfação com a renda ou por insegurança quanto à estabilidade do emprego. Pelo contrário, a estabilidade nesses subíndices pode indicar um nível de confiança que permite às famílias adotar uma postura mais conservadora em relação às suas finanças, priorizando a saúde financeira a longo prazo em detrimento de gastos imediatos. Com um consumidor mais responsável, se abre espaço para que promoções e eventos como a Semana do Consumidor estimulem a intenção de compra. Essas ações comerciais podem dinamizar o mercado ao oferecer descontos e condições vantajosas.

Notas

- O ICF é um índice publicado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e
- O índice varia de 0 a 200 pontos, na qual abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação e acima de 100 indica satisfação com as variáveis estudadas.
- Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
- A pesquisa é realizada com cerca de 500 famílias residentes no município de Vitória – ES;
- Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
- O tratamento e a análise dos dados de Vitória-ES são realizados pela Assessoria Econômica da Fecomércio-ES.

[1] **Subindices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

[1] Projeto Connect fecomércio. Peic. Março/2024

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Wendel Alexandre l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

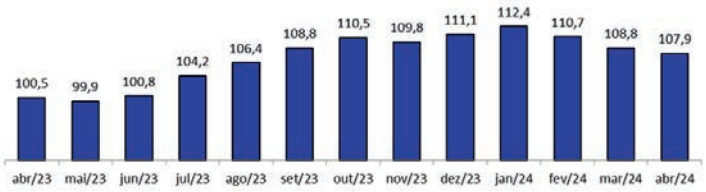
INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS CAI PELO TERCEIRO MÊS CONSECUTIVO

Famílias seguem com cautela, podendo ter optado em alocar os recursos disponíveis ao pagamento de dívidas em atraso

Elaborado por: Ana Carolina Julio e Andre Spalenza.

Este documento apresenta o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), com o propósito de discernir padrões de comportamento do consumidor, fornecendo informações qualificadas para orientar o processo decisório. O ICF avalia a disposição das famílias em relação ao consumo de bens e serviços, refletindo seu nível de satisfação ou insatisfação nas áreas de emprego, renda e capacidade de consumo.

Evolução do ICF em Pontos, ES, Abril/2023 a Abril/2024



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Destaca-se que o índice registrou crescimento nos meses de dezembro/23 e janeiro/24, seguido uma tendência de queda até abril de 2024, porém segue no nível de satisfação com 108,8 pontos. Destaca-se ainda que, na comparação com abril de 2023 o indicador apresentou crescimento de 7,4%.

Resultado geral, ES, Março 2024

	Abr/24 x Mar/24	Abr/24 x Abr/23	Índice em pontos
Brasil	-1,0%	6,2%	103,1
Espírito Santo	-0,9%	7,4%	107,9

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No contexto brasileiro, o indicador experimentou uma queda de 1,0% entre março de 2024 e abril de 2024. Quando comparado a abril de 2023, o índice apresentou um aumento de 6,2%. No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 103,1 pontos.

No Espírito Santo observou-se uma queda de 0,9% na transição de março de 2024 para abril de 2024. Ao ser contrastado com o mesmo mês de 2023, evidenciou-se uma elevação de 7,4%. O indicador permanece no patamar de satisfação, alcançando a marca de 107,9 pontos.

Subíndices[1], ES, Março 2024

Subíndices	Índice Abr/24 X Índice Mar/24	Índice Abr/24 X Índice Abr/23	Índice em pontos
Segurança em relação ao Emprego Atual	0,5 %	8,6 %	128,6
Perspectivas de melhores Condições Profissionais	1,8 %	-3,2%	104,6
Satisfação com a Renda Atual	0,9 %	9,4 %	127,7
Acesso ao crédito	1,8 %	10,5 %	108,3
Nível de Consumo Atual	-3,1 %	5,0 %	86,1
Perspectivas de Consumo	-2,2 %	5,8 %	125,8
Avaliação do momento para Compra de bens duráveis	-8,1 %	21,8 %	74,2

Fonte: Adaptado de CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota-se que, na comparação entre Abril de 2024 e Março de 2024, o destaque se dá para “Acesso ao Crédito” (+1,8%) e “Perspectivas de melhores Condições Profissionais” (1,8%), como indicadores que avançaram na passagem de março para abril.

Apesar da queda mensal do índice, de forma geral, observa-se que seis, dos sete indicadores, se encontram em crescimento ao se comparar com o mesmo período do ano passado. Na avaliação interanual, destaca-se “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis”, crescendo 21,8 % frente a abril de 2023. Todavia, é importante destacar que esse subíndice não encontra-se no nível de satisfação, estando abaixo de 100 pontos. Exemplos comuns de bens duráveis incluem eletrodomésticos (geladeiras, fogões, máquinas de lavar), eletrônicos (televisores, computadores).

O item “Segurança em relação ao Emprego Atual” foi o que apresentou a maior pontuação (128,6 pontos), seguido por “Satisfação com a Renda Atual” (127,7 pontos). Destaca-se ainda, que cinco, dos sete subíndices encontram-se acima do nível de satisfação de 100 pontos.

O que está acontecendo?

No mês de abril, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo registrou uma diminuição de 0,9%. Contudo, o índice se mantém acima do patamar de satisfação, de 100 pontos, indicando uma perspectiva positiva entre os consumidores. Na análise interanual, comparando com o mesmo período do ano anterior, há um aumento de 7,4% no ICF, sugerindo uma melhoria na intenção de consumo, possivelmente influenciada por fatores econômicos como a estabilidade no emprego e aumento de renda.

A redução da inadimplência das famílias, observada no Espírito Santo, nos últimos seis meses, reflete um momento de cautela por parte dos consumidores, que se estende para abril. Mesmo que o o “acesso ao crédito” (1,8%) e as “Perspectivas de melhores Condições Profissionais” (1,8%) tenham demostrado melhoria, para cumprir com suas obrigações financeiras, as famílias podem ter optado por recorrer aos seus recursos disponíveis, destinando-os ao pagamento de dívidas em atraso. Os recursos que poderiam ser destinados a novas aquisições, principalmente de bens duráveis, que tem a segunda queda consecutiva em abril, são, em vez disso, direcionados para a quitação de dívidas, impactando o ICF.

Em termos de consumo, a “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis” e o "Nível de Consumo Atual" mostraram um avanço de 21,8% e 5,0%, respectivamente, em relação ao mesmo mês do ano passado. Ainda abaixo do nível de satisfação, mas melhorando. As "Perspectivas de Consumo" também cresceram, com um aumento de 5,8%, refletindo em uma pontuação de 125,8. No Espírito Santo, o ICF, em abril, acompanhou o cenário nacional, com uma melhoria em reloação ao ano passado. Entretanto, essa recuperação apresenta sinais de desaceleração. Apesar de haver um movimento geral de melhoria, a intensidade da recuperação está diminuindo, refletindo incertezas ou ajustes no comportamento de consumo das famílias.

Notas

- O ICF é um índice publicado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e
- O índice varia de 0 a 200 pontos, na qual abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação e acima de 100 indica satisfação com as variáveis estudadas.
- Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
- A pesquisa é realizada com cerca de 500 famílias residentes no município de Vitória – ES;
- Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
- O tratamento e a análise dos dados de Vitória-ES são realizados pela Assessoria Econômica da Fecomércio-ES.

[1] **Subindices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

[1] Projeto Connect fecomércio. Peic. Março/2024

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Wendel Alexandre l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

Connect Fecomércio ES

Intenção de Consumo das Famílias - ICF
Relatório Connect publicado em 22.05.2024
Pesquisa divulgada pela CNC em 21.05.2024
Dados coletados pela CNC, relativos a maio de 2024

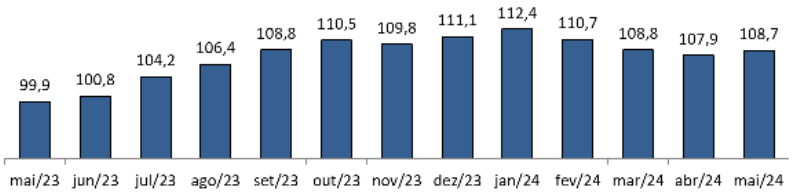
A INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS VOLTA A SUBIR APÓS 3 MESES DE QUEDA

Enquanto o ICF nacional se encontra estável, no ES o índice cresce 0,8 % em relação a Abril

Elaborado por: Ana Carolina Julio e Andre Spalenza.

Este documento apresenta o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), com o propósito de discernir padrões de comportamento do consumidor, fornecendo informações qualificadas para orientar o processo decisório. O ICF avalia a disposição das famílias em relação ao consumo de bens e serviços, refletindo seu nível de satisfação ou insatisfação nas áreas de emprego, renda e capacidade de consumo.

Evolução do ICF em Pontos, ES, Maio/2023 a Maio/2024



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Destaca-se que o índice registrou crescimento nos meses de dezembro/23 e janeiro/24, seguido uma tendência de queda até abril de 2024, em maio porém, o índice volta a subir, demonstrando recuperação, com 108,8 pontos. Destaca-se ainda que, na comparação com maio de 2023 o indicador apresentou crescimento de 8,8%.

Resultado geral, ES, Maio 2024

	Maio/24 x Abr/24	Mai/24 x Mai/23	Índice em pontos
Brasil	-0,1%	6,4%	102,9
Espírito Santo	0,8%	8,8%	108,7

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No contexto brasileiro, o indicador experimentou estabilidade, com queda de 0,1% entre abril de 2024 e maio de 2024. Quando comparado a maio de 2023, o índice apresentou um aumento de 6,4%. No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 102,9 pontos.

No Espírito Santo observou-se crescimento de 0,8% na transição de abril de 2024 para maio de 2024. Ao ser contrastado com o mesmo mês de 2023, evidenciou-se uma elevação de 8,8%. O indicador permanece no patamar de satisfação, alcançando a marca de 108,7 pontos.
Com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais abrangente do índice geral, apresentam-se a seguir os sete subíndices que o constituem.

Subíndices[1], ES, Maio 2024

Subíndices	Mai/24 X Abr/24	Mai/24 X Mai/23	Índice em pontos
Segurança em relação ao Emprego Atual	1,0 %	8,9 %	129,9
Perspectivas de melhores Condições Profissionais	2,9 %	0,6 %	107,7
Satisfação com a Renda Atual	-1,1 %	7,6 %	126,2
Acesso ao crédito	1,7 %	12,8 %	110,1
Nível de Consumo Atual	0,4 %	4,3 %	86,5
Perspectivas de Consumo	1,7 %	9,5 %	127,9
Avaliação do momento para Compra de bens duráveis	-1,9 %	24,8 %	72,8

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota-se que, na comparação entre Maio de 2024 e Abril de 2024, o destaque se dá para “Perspectivas de melhores Condições Profissionais” (+2,9%) como indicador que mais avançou na passagem do mês.

Mesmo com o resultado geral positivo, porém, nota-se queda nos indicadores “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis” (-1,9%) e “Satisfação com a Renda Atual” (-1,1%)

Em relação ao mesmo período do ano passado, de forma geral, observa-se que todos os indicadores apresentaram crescimento. Na avaliação interanual, destaca-se “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis”, crescendo 24,8 % frente a maio de 2023. Todavia, é importante destacar que esse subíndice não encontra-se no nível de satisfação, estando abaixo de 100 pontos. Exemplos comuns de bens duráveis incluem eletrodomésticos (geladeiras, fogões, máquinas de lavar), eletrônicos (televisores, computadores).

O item “Segurança em relação ao Emprego Atual” foi o que apresentou a maior pontuação (129,9 pontos), seguido por “Perspectiva de consumo” (127,9 pontos). Destaca-se ainda, que cinco, dos sete subíndices encontram-se acima do nível de satisfação de 100 pontos.

Opinião do Empresariado Capixaba:

Segundo **José Carlos Bergamin, vice Presidente da Fecomércio-ES** e diretor geral da marca Konyk: “maio é um período em que todo o varejo começa a trabalhar bem, e não só um setor. Por exemplo, quando você chega no começo do ano, há o problema do verão, que é muito recortado para um produto. Depois vem a questão das entradas das aulas, recortadas também para um público. E quando chega nessa época, ele é muito mais amplo, então isso que ajuda”.
“Maio é o mês das mulheres, das noivas, dos casamentos, das mães, e é um mês muito caracterizado da própria mulher e, no entanto, o segmento de vestuário masculino também está indo muito bem. Esse ano vemos o consumo indo bem, mesmo não tendo tido quedas de temperatura, que é uma coisa que eleva o consumo de alimentos, eventos, lazer, produtos um pouco mais caros, de maior valor, que é característico do inverno. E com isso, a gente acredita, já podemos afirmar quase com certeza, que nós vamos ter um nível muito bom.

Porque quando começa a subir, a curva não dá muitos atropelos nesse período, até porque é muito próprio da nossa região que haja uma melhoria do comércio nesse período por causa da própria estação".

O que está acontecendo?

No mês de maio, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo mostrou sinais de recuperação após três meses de queda, sinalizando um comportamento mais otimista dos consumidores. Essa recuperação pode indicar um ajuste nas prioridades financeiras das famílias e uma melhoria na intenção de consumo.

O crescimento do ICF no Espírito Santo em maio se mostra melohor que o nacional, em que o índice permaneceu estável, com uma queda de 0,1%. No Brasil, a estabilidade do ICF pode estar relacionada à manutenção dos níveis de emprego e renda, além de um comportamento de consumo mais cauteloso, com a taxa de inadimplência se mantendo constante em abril.

A melhoria do ICF no Espírito Santo em maio é um sinal positivo, especialmente após três meses de quedas consecutivas. Embora a avaliação do momento para compra de bens duráveis tenha caído 1,9%, indicando que as famílias ainda estão relutantes em realizar grandes compras, houve um aumento nas "Perspectivas de Melhores Condições Profissionais" (2,9%) e no "Acesso ao Crédito" e nas "Perspectivas de Consumo", ambos crescendo 1,7% em relação a abril.

Este aumento pode estar relacionado à reorganização financeira das famílias após as despesas típicas de início de ano, permitindo que os consumidores capixabas gradualmente estejam mais dispostos a consumir.

Por fim, como os dados da pesquisa são coletados no final do mês, é possível que o dia das mães tenha impactado positivamente a intenção de consumo das famílias, já que essa data comemorativa é considerada o "Natal" do primeiro semestre. Segundo expectativa de vendas da equipe Connect a previsão era de uma movimentação de 262 milhões de reais.

Tendências

Em relação à intenção de consumo das famílias, a tendência é que o consumo permaneça em crescimento. Isso se deve principalmente ao mercado de trabalho aquecido e a época de safras, como a do café; bem como a chegada de datas importantes para o comércio, como o dia dos namorados, festas tradicionais e eventos culturais no interior do estado, comuns da época de inverno.

Além disso, segundo dados do Google Trends, na segunda quinzena de abril houve um aumento repentino nas pesquisas de itens de vestuário na sessão de compras, com destaque para os termos "Tênis – Artigo de vestuário", "Calça – Peças de roupa", "Roupa – Assunto" e "Bota – Artigo de vestuário". Interessante notar que os itens buscados têm maior valor agregado e podem vir a se destacar nas próximas pesquisas de consumo.

Notas

• O ICF é um índice publicado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e
• O índice varia de 0 a 200 pontos, na qual abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação e acima de 100 indica satisfação com as variáveis estudadas.
• Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
• A pesquisa é realizada com cerca de 500 famílias residentes no município de Vitória – ES;
• Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
• O tratamento e a análise dos dados de Vitória-ES são realizados pela Assessoria Econômica da Fecomércio-ES.

[1] **Subindices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

[2] Projeto Connect Fecomércio. Expectativa de vendas dia das mães. Maio/2024

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro I Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato I Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel I Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa I Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto I Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral I Tel.: 3205-0706 I www.fecomercio-es.com.br

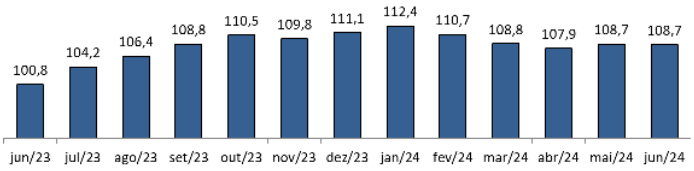
INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS É MAIOR QUE A MÉDIA NACIONAL

No Espírito Santo o resultado se mostrou estável entre Maio e Junho

Elaborado por: Ana Carolina Julio e Andre Spalenza.

Este documento apresenta o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), com o propósito de discernir padrões de comportamento do consumidor, fornecendo informações qualificadas para orientar o processo decisório. O ICF avalia a disposição das famílias em relação ao consumo de bens e serviços, refletindo seu nível de satisfação ou insatisfação nas áreas de emprego, renda e capacidade de consumo.

Evolução do ICF em Pontos, ES, Junho/2023 a Junho/2024



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Destaca-se que o índice registrou crescimento nos meses de dezembro/23 e janeiro/24, seguido uma tendência de queda até abril de 2024, em maio porém, o índice volta a subir, demonstrando recuperação, com 108,7 pontos, o que se manteve em junho. Destaca-se ainda que, na comparação com junho de 2023 o indicador apresentou crescimento de 7,8%.

Em relação ao Brasil, o índice capixaba se mostra maior, registrando 108,7 pontos enquanto o nacional registra 102,2.

Resultado geral, ES, Maio 2024

	Jun/24 x Mai/24	Jun/24 x Jun/23	Índice em pontos
Brasil	-0,7%	5%	102,2
Espírito Santo	0%	7,8%	108,7

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No contexto brasileiro, o indicador experimentou estabilidade, com queda de 0,7% entre maio de 2024 e junho de 2024. Quando comparado a junho de 2023, o índice apresentou um aumento de 5%. No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 102,2 pontos.

No Espírito Santo observou-se ainda maior estabilidade, na transição de maio de 2024 para junho de 2024 o indicador permanece no patamar de satisfação, mantendo a marca de 108,7 pontos. Ao ser contrastado com o mesmo mês de 2023, evidenciou-se uma elevação de 7,8%.
Com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais abrangente do índice geral, apresentam-se a seguir os sete subíndices que o constituem.

Subíndices[1], ES, Junho 2024

Subíndices	Jun/24 X Mai/24	Jun/24 X Jun/23	Índice em pontos
Segurança em relação ao Emprego Atual	2,8 %	9,7 %	133,5
Perspectivas de melhores Condições Profissionais	1,9 %	3,1 %	109,7
Satisfação com a Renda Atual	-0,9 %	4,7 %	125,1
Acesso ao crédito	-3,1 %	9,1 %	106,7
Nível de Consumo Atual	1,1 %	5,8 %	87,4
Perspectivas de Consumo	0,2 %	8,8 %	128,1
Avaliação do momento para Compra de bens duráveis	-3,8 %	17,5 %	70,0

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota-se que, apesar do índice, como um todo, ter se mantido estável, os subíndices sofreram alterações na comparação entre Junho de 2024 e Maio de 2024. O destaque se dá para “Segurança em relação ao emprego atual” (+2,8%) como indicador que mais avançou na passagem do mês.

Nota-se queda nos indicadores “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis” (-3,8%) e “Acesso ao crédito” (-3,1%).
Em relação ao mesmo período do ano passado, de forma geral, observa-se que todos os indicadores apresentaram crescimento. Na avaliação interanual, destaca-se “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis”, crescendo 17,5 % frente a junho de 2023.

Todavia, é importante destacar que esse subíndice não encontra-se no nível de satisfação, estando abaixo de 100 pontos. Exemplos comuns de bens duráveis incluem eletrodomésticos (geladeiras, fogões, máquinas de lavar), eletrônicos (televisores, computadores).
O item “Segurança em relação ao Emprego Atual” foi o que apresentou a maior pontuação (133,5 pontos), seguido por “Perspectiva de consumo” (128,1 pontos). Destaca-se ainda, que cinco, dos sete subíndices encontram-se acima do nível de satisfação de 100 pontos.

O que está acontecendo?

No mês de junho, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo mostrou estabilidade. Após três meses de queda, maio demonstra crescimento, que segue no mês corrente. Tal resultado, acompanha a média nacional, em que o indicador também segue estável, com queda de 0,7%.

Em junho de 2024, a segurança em relação ao emprego atual mostrou uma melhoria tanto na comparação com o mês anterior quanto com o mesmo período do ano passado, o que pode estar relacionado a estabilidade no mercado de trabalho. As perspectivas de melhores condições profissionais também apresentaram crescimento, indicando um otimismo em relação a melhorias na carreira. Segundo os últimos dados do caged[2], de janeiro a abril foram criados 22.907 novos empregos formais, o que pode estar refletindo nos subíndices do ICF.

O acesso ao crédito teve um aumento em relação ao ano anterior, porém uma redução na comparação com o mês de maio, o que pode refletir condições de crédito mais restritivas. Esse movimento pode estar relacionado a inadimplência que vem crescendo nos últimos meses.

Após um período de estabilidade, em maio, a inadimplência passou de 33,9% para 35,5% das famílias com contas em atraso, mostrando alta de 1,6 p.p.
Com mais consumidores enfrentando dificuldades para cumprir suas obrigações financeiras, as instituições financeiras adotam critérios mais rigorosos para a concessão de crédito, resultando em um acesso mais restrito, apesar do crescimento observado em um comparativo anual.

Apesar do acesso mais restritivo ao crédito, o nível de consumo atual mostrou sinais de recuperação, com aumentos na comparação mensal e também interanual. As perspectivas de consumo mantiveram-se otimistas, mos'trando uma expectativa positiva em relação às futuras compras. Por fim, a avaliação do momento para a compra de bens duráveis, apesar de ter caído em relação ao mês anterior, apresentou um aumento considerável em comparação com o ano anterior, devido a expectativas de melhorias econômicas.

Tendências: Consumo de Experiências

Destaca-se o consumo de experiências. Há uma tendência de que os consumidores busquem cada vez mais vivências únicas e personalizadas. Para tanto, há uma crescente união entre o comércio e serviços, em que as empresas passam a não vender apenas produtos, mas também oferecer serviços que complementam esses produtos.

Este fenômeno é visto em diversos setores, como o varejo, em que lojas físicas se transformam em espaços de experiência, ao oferecer serviços adicionais como consultorias personalizadas e eventos exclusivos que personalizam a experiência do cliente. Restaurantes e bares passam a oferecer experiências gastronômicas como jantares temáticos, degustações personalizadas, cardápios personalizados, dentre outros.

No turismo, em vez de apenas visitar pontos turísticos, os consumidores procuram experiências imersivas, como workshops de culinária local, tours históricos guiados por especialistas, ou atividades de aventura exclusivas.Para tanto, destaca-se o papel da tecnologia. A inteligência artificial, por exemplo, está sendo usada para criar experiências personalizadas, em que empresas podem monitorar as emoções dos consumidores e ajustar suas ofertas de acordo com o humor e preferências do cliente.

Notas

• O ICF é um índice publicado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e
• O índice varia de 0 a 200 pontos, na qual abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação e acima de 100 indica satisfação com as variáveis estudadas.
• Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
• A pesquisa é realizada com cerca de 500 famílias residentes no município de Vitória – ES;
• Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
• O tratamento e a análise dos dados de Vitória-ES são realizados pela Assessoria Econômica da Fecomércio-ES.

[1] **Subindices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

[2] Projeto Connect Fecomércio. Expectativa de vendas dia das mães. Maio/2024

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro l Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato l Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel l Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto l Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

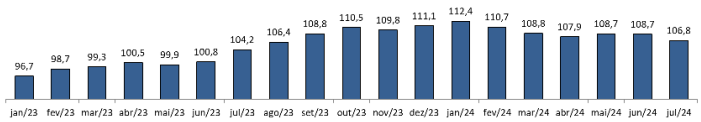
EM JULHO, A INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS SE MANTÉM ACIMA DA MÉDIA NACIONAL

Além disso, o ICF fecha o 1º Sem/24 com aumento de 10,3% em relação ao 1º Sem/23

Elaborado por: Ana Carolina Julio, André Spalenza e Eduarda Gripp

Este documento apresenta o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), com o propósito de discernir padrões de comportamento do consumidor, fornecendo informações qualificadas para orientar o processo decisório. O ICF avalia a disposição das famílias em relação ao consumo de bens e serviços, refletindo seu nível de satisfação ou insatisfação nas áreas de emprego, renda e capacidade de consumo.

Evolução do ICF em Pontos, ES, Jan/2023 a Jul/2024



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O ICF mantém estabilidade entre maio e junho, com leve queda de 1,7% em julho. Destaca-se, porém, que o índice, até o mês corrente de 2024 vem apresentando melhores resultados do que o mesmo período de 2023.

Em relação ao Brasil, o índice capixaba se mostra maior, registrando 106,8 pontos enquanto o nacional registra 101,5.

Resultado geral, ES, Julho 2024

	Jul/24 x Jun/24	Jul/24 x Jul/23	Índice em pontos
Brasil	-0,7%	2,2%	101,5
Espírito Santo	-1,7%	2,6%	106,8

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No contexto brasileiro, o indicador experimentou estabilidade, com queda de 0,7% entre junho de 2024 e julho de 2024. Quando comparado a julho de 2023, o índice apresentou um aumento de 2,2%. No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 101,5 pontos.

No Espírito Santo observou-se uma queda de 1,7% na transição de junho de 2024 para julho de 2024. O indicador permanece no patamar de satisfação, mantendo a marca de 106,8 pontos. Ao ser contrastado com o mesmo mês de 2023, evidenciou-se uma elevação de 2,6%.

Média ICF, ES

Média 1º Sem/23	Média 2º Sem/23	Média 1° Sem/24	1º Sem/23 X 1º Sem/24
99,3	108,5	109,5	10,3%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Na comparação dos resultados das médias semestrais, ao se comparar o primeiro semestre de 2023 com o primeiro de 2024, Foi observado um aumento de 10,3%. Com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais abrangente do índice geral, apresentam-se a seguir os sete subíndices que o constituem.

Subíndices[1], ES, Julho 2024

Subíndices	Jul/24 X Jun/24	Jul/24 X Jul/23	1º Sem/23 X 1º Sem/24	Índice em pontos Jul/24
Segurança em relação ao Emprego Atual	0,4 %	9,0 %	8,1 %	134,1
Perspectivas de melhores Condições Profissionais	-1,4 %	4,1 %	-1,6 %	108,2
Satisfação com a Renda Atual	0,9 %	1,6 %	11,8 %	126,2
Acesso ao crédito	-3,7 %	2,4 %	10,5 %	102,7
Nível de Consumo Atual	-1,8 %	2,0 %	8,6 %	85,9
Perspectivas de Consumo	-2,8 %	-1,9 %	10,1 %	124,5
Avaliação do momento para Compra de bens duráveis	-5,2 %	-0,2 %	37,1 %	66,3

Fonte: Adaptado de CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O destaque se dá para “Satisfação com a renda atual” (+0,9%) e “Segurança em relação ao emprego atual” (+0,4%) como subíndices que se mantiveram estáveis na passagem do mês. O último, inclusive, alcançou o maior patamar desde fevereiro de 2015. Em relação ao mesmo período do ano passado, observa-se que, com excessão de “Perspectivas de Consumo” (-1,9%) e “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis” (-0,2%), os outros subíndices demonstraram crescimento, com destaque para “Segurança em relação ao Emprego Atual”, com aumento de 9,0% frente a julho de 2023.

O item “Segurança em relação ao Emprego Atual” foi o que apresentou a maior pontuação (134,1 pontos), seguido por “Satisfação com a renda atual” (126,2 pontos). Destaca-se ainda, que cinco, dos sete subíndices encontram-se acima do nível de satisfação de 100 pontos.
Ao se comparar o 1º Semestre de 2023 com o 1º semestre de 2024, com execção de “Perspectivas de melhores Condições Profissionais”, todos os outros subíndices cresceram. O destaque se dá para “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis” com crescimento de 37,1%.

O que está acontecendo?

No mês de julho, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo apresentou queda de 1,7%. Tal resultado, acompanha a média nacional, em que o indicador também sofreu queda, de 0,7%. Mesmo assim, o resultado capixaba segue maior que o nacional, em que o Espírito Santo fecha o mês com 106,8 enquanto a média nacional foi de 101,5. Fechamos o 1º semestre de 2024 com uma intenção de consumo média de 109,5 pontos, maior do que a média do 1º semestre de 2023, que foi de 99,3 pontos, representando um aumento de 10,3%.

A análise dos subíndices indica que a Segurança em Relação ao Emprego Atual e a Satisfação com a Renda Atual permaneceram constantes, o que sugere uma percepção de estabilidade no mercado de trabalho e na renda dos consumidores. Os mesmos subíndices, na comparação com o 1º semestre de 2023, apresentaram crescimento de 8,1% e 11,8% respectivamente. Este aumento pode ser atribuído à melhora nas condições econômicas ao longo do último ano, resultando em maior estabilidade no mercado de trabalho. De acordo com o relatório da PNAD, divulgado pela equipe Connect, o desemprego no Espírito Santo tem se mostrado estável, em que, na ultima publicação, houve uma leve queda, porém permacece em um baixo patamar na série histórica.

A queda na Avaliação do Momento para Compra de Bens Duráveis sinaliza para uma menor intenção de realizar compras de maior valor, como eletrodomésticos e automóveis. Este comportamento pode ser explicado pelo aumento das taxas de juros, que torna o crédito mais caro, desestimulando o financiamento de bens duráveis. Mesmo com a queda, porém, o subíndice apresenta crescimento de 37,1% no comparativo com o 1º semestre de 2023.

Tendências: Foco nas necessidades do Consumidor e "Job to be done"

Uma tendência identificada e que está sendo utilizada pelas empresas é o "Job to be done". Esse conceito refere-se à necessidade profunda que o consumidor busca atender. Qual o problema que o seu cliente quer resolver quando compra ou consome na sua empresa?

Em outras palavras, o Job to be done tem como foco principal a ação que o consumidor realiza para atender sua necessidade (vestir-se,alimentar-se, entreter-se, são exemplos de ações, de motivações mais profundas que norteiam o comportamento de compra de produtos e/ou serviços). Assim, o foco está no cliente, na necessidade que o consumidor busca atender quando compra algo, e não estritamente no produto ou serviço ofertados.

Em termos práticos: No varejo, a necessidade básica é se vestir. Ao longo do tempo, o modo de consumir vestuário se modificou, mas a essência permanece a mesma: vestir-se. Embora os estilos e as preferências mudem, a necessidade fundamental de se vestir continua presente. O que mudou foi a forma como consumimos roupas. Anteriormente, os consumidores iam às lojas físicas para experimentar e comprar roupas. Hoje, com o avanço da tecnologia e o crescimento do e-commerce, muitos preferem comprar roupas de forma online, aproveitando a conveniência de comprar de casa, a variedade de opções disponíveis e as facilidades de troca e devolução.

Outro exemplo, imagine que você está com sede. O trabalho aqui é matar a sede. Você pode optar por água, refrigerante, suco ou qualquer outra bebida. O produto que você escolhe depende de vários fatores, como conveniência, gosto, preço, entre outros. Mas, essencialmente, todos esses produtos estão competindo para realizar o mesmo trabalho: matar sua sede.

Um caso real é o da empresa americana Blockbuster, que era um negócio lucrativo e popular, com milhões de pessoas frequentando suas lojas semanalmente para alugar filmes. No entanto, com o avanço tecnológico, houve o surgimento das empresas de streaming, como Netflix e Amazon Prime, o que mudou o panorama do entretenimento. Enquanto a Blockbuster se baseava em lojas físicas e no aluguel de mídias também físicas, as empresas de streaming permitem que os clientes assistam a filmes e programas de TV instantaneamente pela internet, sem a necessidade de sair de casa. A necessidade de entretenimento não mudou, mas a forma de consumir sim!

A essência do Jobs to be Done é que os consumidores "contratam" produtos para realizar tarefas específicas em suas vidas. Essa abordagem ajuda as empresas a entenderem não apenas o que os consumidores compram, mas por que compram, assim como os contextos e as motivações por trás das decisões de compra. Dessa forma, as empresas conseguem desenvolver produtos e serviços que atendem diretamente a essas necessidades, proporcionando uma experiência mais satisfatória e relevante para os consumidores.

Por fim, é interessante notar que apesar da rapidez das mudanças que estão ocorrendo no mundo com o avanço da tecnologia, a necessidade profunda que o consumidor busca satisfazer muda muito pouco. Compreender essas dinâmicas permite que as empresas se adaptem e continuem relevantes no mercado, focando nas necessidades essenciais dos consumidores.

Notas

• O ICF é um índice publicado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e
• O índice varia de 0 a 200 pontos, na qual abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação e acima de 100 indica satisfação com as variáveis estudadas.
• Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
• A pesquisa é realizada com cerca de 500 famílias residentes no município de Vitória – ES;

[1] **Subindices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro l Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato l Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel l Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto l Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

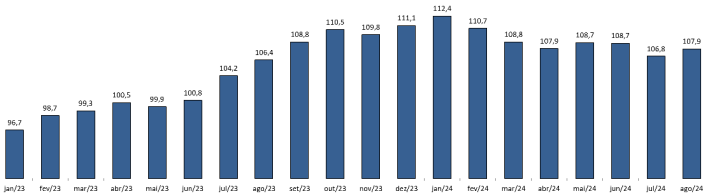
EM AGOSTO, A INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS VOLTA A CRESCER

Com o mercado de trabalho aquecido, "Perspectivas de melhores Condições Profissionais" alcança o maior patamar desde outubro de 2014

Elaborado por: Ana Carolina Julio, André Spalenza e Eduarda Gripp

Este documento apresenta o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), com o propósito de discernir padrões de comportamento do consumidor, fornecendo informações qualificadas para orientar o processo decisório. O ICF avalia a disposição das famílias em relação ao consumo de bens e serviços, refletindo seu nível de satisfação ou insatisfação nas áreas de emprego, renda e capacidade de consumo.

Evolução do ICF em Pontos, ES, Jan/2023 a Ago/2024



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O ICF sofreu uma leve queda em julho, porém se recupera em agosto com ampliação de 1%. Destaca-se que o índice, até o mês corrente de 2024 vem apresentando melhores resultados do que o mesmo período de 2023.

Resultado geral, ES, Ago 2024

	Ago/24 x Jul/24	Ago/24 x Ago/23	Índice em pontos
Brasil[1]	0,7%	1,0%	102,2
Espírito Santo	1,0%	1,4%	107,9

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No contexto brasileiro, o indicador experimentou estabilidade, com aumento de 0,7% entre julho de 2024 e agosto de 2024. Quando comparado a agosto de 2023, o índice apresentou um aumento de 1,0%. No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 102,2 pontos.

No Espírito Santo observou-se um aumento de 1,0% na transição de julho de 2024 para agosto de 2024, resultado maior que a média nacional. O indicador permanece no patamar de satisfação, mantendo a marca de 107,9 pontos. Ao ser contrastado com o mesmo mês de 2023, evidenciou-se uma elevação de 1,4%, novamente a cima da média nacional.

Subíndices[2], ES, Ago 2024

Subíndices	Ago/24 X Jul/24	Ago/24 X Ago/23	Índice em pontos em Ago/24
Segurança em relação ao Emprego Atual	-0,6 %	5,6 %	133,3
Perspectivas de melhores Condições Profissionais	1,9 %	6,5 %	110,3
Satisfação com a Renda Atual	0,6 %	0,4 %	127
Acesso ao crédito	1,7 %	3,1 %	104,4
Nível de Consumo Atual	0,0 %	1,0 %	85,9
Perspectivas de Consumo	-0,8 %	-4,7 %	123,6
Avaliação do momento para Compra de bens duráveis	6,5 %	-2,1 %	70,6

Fonte: Adaptado de CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em relação ao mesmo período do ano passado, observa-se que, com excessão de “Perspectivas de Consumo” (-4,7%) e “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis” (-2,1%), os outros subíndices demonstraram crescimento, com destaque para “Perspectivas de melhores Condições Profissionais”, com aumento de 6,5% frente a agosto de 2023.

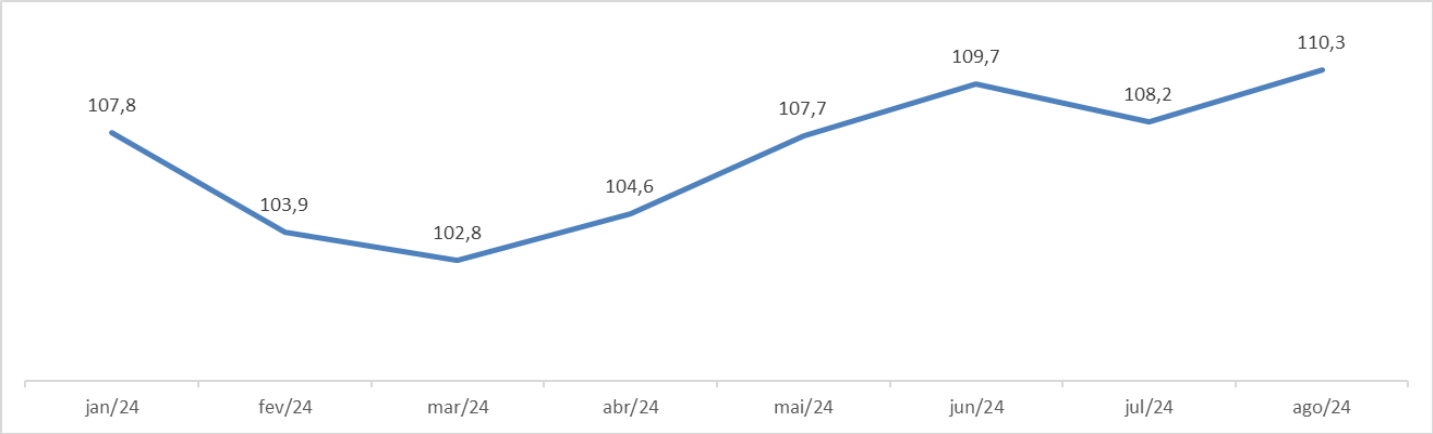
O item “Segurança em relação ao Emprego Atual” foi o que apresentou a maior pontuação (133,3 pontos), seguido por “Perspectivas de Consumo” (123,6 pontos). Destaca-se ainda, que cinco, dos sete subíndices encontram-se acima do nível de satisfação de 100 pontos.

O destaque se dá para “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis” (+6,5%), “Perspectivas de melhores Condições Profissionais” (+1,9%) e “Acesso ao crédito” (+1,7%) como subíndices que aopresentaram maior crescimento na passagem do mês. “Perspectivas de melhores Condições Profissionais”, inclusive, alcançou o maior patamar desde outubro de 2014.

O subíndice "Perspectivas de Melhores Condições Profissionais" do ICF reflete a percepção dos consumidores em relação às expectativas futuras sobre suas condições profissionais, incluindo a possibilidade de melhorias no emprego, salário, benefícios, e estabilidade no trabalho. Em outras palavras, este subíndice mede o otimismo dos consumidores em relação às oportunidades de crescimento profissional e a segurança no emprego nos próximos meses. Um valor alto nesse subíndice indica que os consumidores estão confiantes de que suas condições profissionais irão melhorar, o que pode influenciar positivamente suas decisões de consumo.

O gráfico a seguir mostra a evolução do subíndice "Perspectivas de Melhores Condições Profissionais" no Espírito Santo, de janeiro de 2024 a agosto de 2024. Observa-se uma queda inicial de 107,8 em janeiro para 102,8 em março, seguida por uma recuperação gradual até atingir 110,3 em agosto de 2024.

Evolução de "Perspectivas de Melhores Condições Profissionais" em Pontos, ES, Jan/2023 a Ago/2024



Fonte: Adaptado de CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O que está acontecendo?

No mês de agosto, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo registrou um aumento de 1,0%, superando a média nacional, que cresceu 0,7%. Com isso, o indicador estadual atingiu 107,9, enquanto a média nacional ficou em 102,2, destacando o desempenho positivo do Espírito Santo.

Um dos fatores que contribuiu para esse crescimento é a melhoria nas "perspectivas de melhores condições profissionais", que alcançou o maior patamar desde outubro de 2014. Esse avanço pode estar relacionado ao fortalecimento do mercado de trabalho no estado, como indicado pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC). A taxa de desemprego no Espírito Santo caiu de 5,9% para 4,5% em junho, sendo a menor da região sudeste e a sétima menor do Brasil, além de representar o melhor resultado da série histórica capixaba, iniciada em 2012. Essa recuperação no emprego formal, com a redução do desemprego e o aumento na geração de vagas pode ter impactado positivamente a intenção de consumo das famílias.

A melhoria nas condições profissionais também pode ter favorecido o Acesso ao Crédito, que continua a avançar, propiciado tanto pela estabilização das taxas de juros quanto pela maior disposição dos bancos em conceder crédito. Esse ambiente mais favorável para o crédito, combinado com promoções sazonais, como o Dia dos Pais, pode ter contribuido para o crescimento no subíndice de Avaliação do Momento para Compra de Bens Duráveis. Embora ainda permaneça abaixo do nível de satisfação, esse subíndice foi o que demonstrou maior crescimento na passagem do mês, sinalizando melhorias.

Esses resultados podem sinalizar para que, embora o ambiente econômico ainda exija cautela, há uma recuperação da confiança das famílias capixabas, em que as perspectivas de melhores condições profissionais e acesso ao crédito indicam um cenário mais otimista para o mercado.

Tendências: soluções digitais e fintechs

Uma tendência que se destaca em meio ao cenário de recuperação da confiança do consumidor capixaba é a adoção de soluções digitais e fintechs para facilitar o acesso ao crédito e gerenciar finanças pessoais. Com a estabilização das taxas de juros e a maior disposição dos bancos para conceder crédito, observa-se um aumento na utilização de plataformas digitais que oferecem crédito de maneira mais ágil e acessível, muitas vezes com condições mais favoráveis do que as instituições financeiras tradicionais.

Esse movimento é reforçado pelo crescimento das fintechs no Brasil, que têm se destacado ao oferecer soluções financeiras personalizadas e inovadoras, especialmente em um ambiente onde o consumidor busca maior controle sobre suas finanças e melhores condições de crédito. Segundo relatório da Forbes[3] divulgado em junho de 2024, as Fintechs quadruplicam na América Latina em 6 anos e há mais espaço para crescer, sendo que a digitalização dos serviços financeiros continuará a se expandir, à medida que mais consumidores adotam essas ferramentas para acessar crédito e gerenciar seus gastos, refletindo uma mudança na maneira como o crédito é distribuído e consumido.

Essa tendência é propiciada por uma maior confiança nas tecnologias digitais e pela necessidade dos consumidores de otimizar sua saúde financeira em um cenário econômico ainda instável. Esse aumento na confiança pode ser resultado pela percepção de que as fintechs oferecem ferramentas eficazes para gerenciar finanças pessoais. Além disso, a tendência de utilização de dados alternativos para avaliação de crédito está ganhando força, permitindo que mais pessoas acessem crédito com condições mais favoráveis.

À medida que essa tendência se expande, é possível que as fintechs continuem a modificar o cenário financeiro, proporcionando aos consumidores ferramentas para navegar em um ambiente econômico em evolução.

Notas

• O ICF é um índice publicado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e
• O índice varia de 0 a 200 pontos, na qual abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação e acima de 100 indica satisfação com as variáveis estudadas.
• Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
• A pesquisa é realizada com cerca de 500 famílias residentes no município de Vitória – ES;
• Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
• O tratamento e a análise dos dados de Vitória-ES são realizados pela Assessoria Econômica da Fecomércio-ES.

[1] **Valores divulgados pela CNC sem ajustes sazonais**

[2] **Subindices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

[3] Forbes. Fintechs quadruplicam na América Latina em 6 anos e há mais espaço para crescer. Junho 2024

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

A INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS CRESCE PELO SEGUNDO MÊS CONSECUTIVO

"Acesso ao crédito" é o subíndice que mais cresceu na passagem do mês

Elaborado por: Ana Carolina Julio, André Spalenza e Eduarda Gripp

Este documento apresenta o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), com o propósito de discernir padrões de comportamento do consumidor, fornecendo informações qualificadas para orientar o processo decisório. O ICF avalia a disposição das famílias em relação ao consumo de bens e serviços, refletindo seu nível de satisfação ou insatisfação nas áreas de emprego, renda e capacidade de consumo.

Agosto mostra uma recuperação e segue tendência de crescimento em setembro. Destaca-se que o índice, até o mês corrente de 2024 vem apresentando melhores resultados do que o mesmo período de 2023.

Evolução do ICF em Pontos ES, Set/2023 a Set/2024

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No mês de setembro, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo registrou um aumento de 1,6%, superando a média nacional, que cresceu 0,9%. Com isso, o indicador estadual atingiu 109,6, enquanto a média nacional ficou em 103,1, destacando o desempenho positivo do Espírito Santo.

Resultado geral, ES, Set 2024

	Set/24 x Ago/24	Set/24 x Set/23	Índice em pontos
Brasil[1]	0,9%	0,5%	103,1
Espírito Santo	1,6%	0,7%	109,6

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No contexto brasileiro, o indicador experimentou estabilidade, com aumento de 0,9% entre agosto de 2024 e setembro de 2024. Quando comparado a setembro de 2023, o índice apresentou um aumento de 0,5%.

No que concerne à sua pontuação absoluta, o indicador situa-se no nível de satisfação, ultrapassando os 100 pontos e registrando 103,1 pontos.

No Espírito Santo observou-se um aumento de 1,6% na transição de agosto de 2024 para setembro de 2024, resultado maior que a média nacional.

O indicador permanece no patamar de satisfação, mantendo a marca de 109,6 pontos. Ao ser contrastado com o mesmo mês de 2023, evidenciou-se uma elevação de 0,7%, novamente a cima da média nacional.

Subíndices[2], ES, Set 2024

Subíndices	Set/24 X Ago/24	Set/24 X Set/23	Índice em pontos em Set/24
Segurança em relação ao Emprego Atual	0,5 %	4,0 %	133,9
Perspectivas de melhores Condições Profissionais	0,7 %	2,0 %	111,1
Satisfação com a Renda Atual	0,9 %	-0,3 %	128,1
Acesso ao crédito	4,5 %	7,2 %	109,1
Nível de Consumo Atual	2,6 %	2,4 %	88,2
Perspectivas de Consumo	-0,5 %	-6,4 %	123,0
Avaliação do momento para Compra de bens duráveis	4,0 %	-3,8 %	73,5

Fonte: Adaptado de CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O destaque se dá para “Acesso ao crédito” (+4,5%) e “Avaliação do momento para Compra de bens duráveis” (+4,0%) como subíndices que apresentaram maior crescimento na passagem do mês.

Destaca-se ainda que, com excessão de “perspectivas de consumo”, todos os subíndices apresentaram crescimento.

Além disso, a segurança em relação ao emprego atual também é um fator importante, pois a estabilidade no trabalho oferece maior confiança para assumir compromissos financeiros de longo prazo, reduzindo o risco de inadimplência e aumentando a disposição para fazer compras de maior valor.

O item “Segurança em relação ao Emprego Atual”, inclusive, foi o que apresentou a maior pontuação (133,9 pontos), refletindo o aquecimento do mercado de trabalho capixaba.Seguido por “Satisfação com a Renda Atual” (128,1 pontos). Destaca-se ainda, que cinco, dos sete subíndices encontram-se acima do nível de satisfação de 100 pontos.

O que está acontecendo?

Em setembro, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) no Espírito Santo registrou um aumento de 1,6%, superando a média nacional, que cresceu 0,9%. O indicador capixaba atingiu 109,6 pontos, enquanto a média nacional ficou em 103,1 pontos, ressaltando o desempenho positivo do estado. Esse avanço foi impulsionado principalmente pelos subíndices de "Acesso ao Crédito" e “Segurança em relação ao Emprego Atual”.

O estado vive um bom momento no mercado de trabalho, o que tem sido um fator importante para o crescimento do consumo. A segurança no emprego tem gerado confiança nas famílias capixabas, permitindo que elas se sintam mais confortáveis em assumir compromissos financeiros. Essa melhora no mercado de trabalho tem sido um dos principais pilares para o desempenho positivo da ICF, proporcionando às famílias maior estabilidade e capacidade de planejamento financeiro.

No entanto, o acesso ao crédito, embora facilitado pela redução nas taxas de juros para pessoas físicas, ainda é utilizado com cautela, especialmente no financiamento de bens de maior valor. Isso reflete-se no subíndice de compra de bens duráveis, que permanece abaixo do nível de satisfação, com 73,5 pontos. Apesar da confiança em seus empregos, as famílias capixabas ainda demonstram hesitação em comprometer suas finanças com esses itens, em grande parte devido ao grau elevado de endividamento.

Grande parte das famílias, especialmente aquelas com renda de até 10 salários mínimos, tem grande comprometimento da renda futura, especialmente com cartão de crédito, conforme divulgado pela equipe Connect na análise da PEIC (Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor).

No primeiro semestre de 2024, o comprometimento da renda com dívidas foi de 29,6%, e as famílias endividadas levaram, em média, 6,7 meses para pagar suas dívidas. Já os inadimplentes ficaram com suas dívidas atrasadas por 71,7 dias. Isso revela uma tendência de parcelamento das compras em 6 a 7 vezes e, em caso de inadimplência, um prazo de pouco mais de 2 meses para quitação das dívidas.

Esses dados são importantes para as famílias que planejam adquirir bens duráveis, pois demonstram a necessidade de planejamento financeiro cuidadoso. Por outro lado, a inadimplência no Espírito Santo caiu de forma significativa nos últimos meses, refletindo uma melhora na capacidade de pagamento das dívidas.

Por outro lado, a inadimplência no Espírito Santo caiu de forma significativa nos últimos meses, refletindo uma melhora na capacidade de pagamento das dívidas. Em julho de 2024, o estado apresentou o menor nível de inadimplência desde 2022, indicando uma evolução contínua na capacidade de honrar compromissos financeiros.

Apesar disso, o endividamento ainda afeta grande parte das famílias de menor renda, o que limita um aumento mais acelerado no consumo de bens duráveis.

Tendências: Comércio eletrônico para bens duráveis

O crescimento do comércio eletrônico para bens duráveis tem se destacado no Espírito Santo, impulsionado pela combinação de facilidades no parcelamento e maior acesso ao crédito digital. Com o aumento da confiança nas plataformas de e-commerce, consumidores estão mais dispostos a adquirir produtos de alto valor, como eletrodomésticos e móveis, online.

Segundo a CNDL, as lojas virtuais estão cada vez mais utilizando ferramentas de análise de crédito em tempo real, o que facilita a concessão de crédito parcelado e atrai um público mais amplo, inclusive aqueles que anteriormente tinham restrições de crédito.

Segundo dados da CNC, o consumo de bens duráveis continua abaixo do nível de satisfação, refletindo uma certa cautela dos consumidores, especialmente em momentos de incerteza econômica. Contudo, o comércio eletrônico vem se destacando como um meio para aumentar essas vendas, já que oferece maior praticidade e condições diferenciadas de pagamento.

Pesquisas também apontam que as lojas virtuais conseguem captar um público mais amplo ao integrar ferramentas de análise de crédito em tempo real, facilitando a concessão de crédito para compras parceladas. Isso permite que consumidores que anteriormente tinham restrições ao crédito, agora possam adquirir bens de maior valor de maneira acessível.

Esse ambiente digital não só facilita o acesso a produtos, mas também cria um novo comportamento de consumo que reforça a confiança do cliente em adquirir bens de alto valor online, impulsionando, assim, o crescimento do setor.

Notas

• O ICF é um índice publicado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e
• O índice varia de 0 a 200 pontos, na qual abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação e acima de 100 indica satisfação com as variáveis estudadas.
• Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
• A pesquisa é realizada com cerca de 500 famílias residentes no município de Vitória – ES;
• Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
• O tratamento e a análise dos dados de Vitória-ES são realizados pela Assessoria Econômica da Fecomércio-ES.

[1] **Subindices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

COM MAIOR ACESSO AO CRÉDITO, FAMÍLIAS CAPIXABAS FECHAM OUTUBRO MAIS SATISFEITAS COM SEU CONSUMO

A satisfação com o consumo atual subiu 4,08% no ES, superando a média nacional

Elaborado por: Ana Carolina Julio e Gercione Dionizio

O relatório do Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) apresenta aspectos relevantes sobre o perfil dos consumidores brasileiros e capixabas, que são importantes para a formulação de estratégias empresariais. O ICF avalia a satisfação e insatisfação do consumidor a partir de diferentes aspectos socioeconômicos associados ao consumo, tais como: emprego, renda, nível de consumo, perspectivas profissionais, dentre outros.

O índice do ICF varia de 0 a 200. Valores acima de 100 indicam um grau de satisfação das famílias, quanto mais próximo de 200 maior a satisfação. Já os valores abaixo de 100 representam a insatisfação e quanto mais próximo de 0 maior a insatisfação.

Resultados Gerais

O Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) subiu 0,61% em outubro, chegando a 110,2 pontos, comparado aos 109,6 pontos de setembro. Esse aumento representa uma maior disposição das famílias capixabas para consumir nos próximos meses. A maior disposição a consumir das famílias, antecedente da realização do consumo, pode implicar em um aumento das vendas nas principais datas para o comércio e serviços (Black Friday, Natal e Réveillon).

O ICF das famílias capixabas (110,2) se manteve, tanto em pontos quanto em taxa de crescimento, acima da média do Brasil (103,2) e do Sudeste (105,5), indicando que em outubro os capixabas demonstraram maior otimismo para compras futuras em comparação com o resto do país.

O crescimento do ICF capixaba superou em 0,47 pontos percentuais (pp) o crescimento brasileiro e em 0,92 pp o crescimento do Sudeste.

De setembro para outubro, o ICF capixaba cresceu 0,61%, o brasileiro 0,14% e o ICF médio do Sudeste reduziu 0,32%.

Intenção de Consumo das Famílias (ICF) capixabas, brasileiras e do Sudeste

	Índice (pontos)			Variação percentual	
	out/2024	set/2024	out/2023	Mensal	Interanual
Espírito Santo	**110,2**	**109,6**	**110,5**	**0,61%**	**-0,28%**
Sudeste	105,5	105,9	109,7	-0,32%	-3,83%
Brasil	103,2	103,1	104,2	0,14%	-0,89%

Fonte: Adaptado de CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No confronto interanual, o ICF capixaba apresentou queda (-0,28%), de out/2023 a out/2024. Apesar disso, o ES teve um desempenho superior à média nacional (-0,89%) e especialmente à região Sudeste (-3,83%). O crescimento do ICF em out/2024 foi puxado principalmente pelo subíndice de "Nível de Consumo Atual" (4,08%) e "Renda Atual" (2,07%).

Dos sete componentes (subíndices) do ICF cinco se mantiveram no nível de satisfação, sendo eles: Emprego Atual (133,5); Perspectiva Profissional (111,5); Renda Atual (130,8); Acesso ao Crédito (111,2); e Perspectiva de Consumo (121,1).

As famílias capixabas seguem otimistas com seu futuro profissional ("Perspectiva Profissional"). A "Perspectiva Profissional" foi o único componente do ICF capixaba abaixo da média nacional.

A expectativa de ascensão profissional é um aspecto comportamental importante, pois quando as pessoas se sentem menos confiantes sobre sua carreira tendem a ser mais cautelosas com gastos de maior valor (bens duráveis) e investimentos de longo prazo.

Comportamento dos componentes do ICF capixaba e brasileiro

	Espírito Santo			Brasil		
	out/2024	set/2024	Variação Mensal	out/2024	set/2024	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	**110,2**	**109,6**	**0,61%**	**103,2**	**103,1**	**0,14%**
Emprego Atual	133,5	133,9	-0,29%	126,9	127,8	-0,72%
Perspectiva Profissional	111,5	111,1	0,36%	113,5	112,6	0,87%
Renda Atual	130,8	128,1	2,07%	125,6	126,1	-0,38%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	111,2	109,1	1,93%	93,9	93,8	0,19%
Nível de Consumo Atual	91,8	88,2	4,08%	89,8	89,2	0,60%
Perspectiva de Consumo	121,1	123,0	-1,53%	104,8	103,7	1,04%
Momento para duráveis	71,7	73,5	-2,50%	68,0	68,4	-0,53%
Capacidade de Consumo[1]	121,8	120,6	1,02%	115,0	115,1	-0,01%
Disposição para o Consumo[2]	94,8	94,9	-0,02%	87,5	87,1	0,37%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: (1) Indicador construído com base na média entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao crédito.
(2) Indicador construído com base na média entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para Duráveis.

A “Perspectiva Profissional” foi o único componente do ICF capixaba abaixo da média nacional. Outro destaque do mês foi o subíndice de "Acesso ao Crédito", que registrou crescimento de 1,93% em outubro. O indicador revela o desenvolvimento do mercado de crédito capixaba, o que facilita o acesso ao crédito pelas famílias. Esse subíndice supera a média nacional. Enquanto o Brasil marca 93,9 pontos, o Espírito Santo alcançou 111,2 pontos. Esse resultado permitiu ao ES ultrapassar importantes economias como São Paulo (104,8), Minas Gerais (94,5) e Paraná (97,5) em facilidade de acesso ao crédito.

O crescimento do "Nível de Consumo Atual" em 4,08% sinaliza que as famílias capixabas fecham outubro mais satisfeitas com seu nível de consumo. Além disso, este é o melhor patamar desde novembro de 2014.

Apesar disso, o subíndice “Nível de Consumo Atual” ainda se manteve no patamar de insatisfação, fechando o mês abaixo de 100 pontos (91,8). Isso pode ser ilustrado pelo fato de 7 em cada 10 famílias afirmarem que este ano estão no mesmo (ou abaixo do) patamar de consumo do ano passado.

Grau de Satisfação e insatisfação do Nível Atual do Consumo das famílias capixabas

Fonte: Adaptado de CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Apesar do ICF estar em um nível de satisfação outros aspectos devem ser considerados. No ES a “Capacidade de Consumo” das famílias cresceu 1,08% de setembro (120,6) para outubro (121,8) e se manteve no nível de satisfação. Esse resultado superou a média brasileira de outubro (115). Por outro lado, a “Disposição para o Consumo” das famílias capixabas, embora supere a média brasileira de 87,5, está em um nível de insatisfação (94,8).

Logo, apesar das famílias capixabas terem boas oportunidades para consumir, seja com o aumento da renda, acesso ao crédito ou segurança no mercado de trabalho, elas ainda se sentem inseguras para gastar. Assim, o “dinheiro existe e permitiria comprar mais produtos, porém as famílias preferem segurar as compras por segurança”.

Resultados por grupo familiar

Na análise para diferentes níveis de renda, o ICF tanto das famílias de menor renda (até 10 salários-mínimos) quanto de maior renda (acima de 10 salários-mínimos) cresceu em outubro.

O ICF das famílias de menor renda cresceu 0,69% em outubro, saindo de 108,6 para 109,3. Já o ICF das famílias que recebem mais de 10 salários-mínimos (s.m.) cresceu 0,12%, chegando a 116,1.

Comportamento dos componentes do ICF capixaba e brasileiro por faixa de renda

	ATÉ 10 s.m.			ACIMA DE 10 s.m.		
	out/2024	set/2024	Variação Mensal	out/2024	set/2024	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	**109,3**	**108,6**	**0,69%**	**116,1**	**115,9**	**0,12%**
Emprego Atual	132,0	132,4	-0,28%	143,6	144,1	-0,34%
Perspectiva Profissional	110,9	110,9	0,00%	115,3	112,4	2,64%
Renda Atual	129,0	126,4	2,06%	142,1	139,1	2,14%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	108,4	106,1	2,22%	129,2	128,7	0,38%
Nível de Consumo Atual	89,8	86,0	4,47%	104,5	102,5	1,93%
Perspectiva de Consumo	123,7	125,2	-1,19%	104,0	108,4	-4,11%
Momento para duráveis	71,3	73,1	-2,38%	73,8	76,2	-3,25%
Capacidade de Consumo[1]	120,1	119,0	0,96%	132,5	131,1	1,13%
Disposição para o Consumo[2]	95,0	94,7	0,22%	94,1	95,7	-1,72%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: (1) Indicador construído com base na média entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao crédito.
(2) Indicador construído com base na média entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para Duráveis.

Os componentes do ICF que apresentaram queda para as famílias de menor renda foram "Emprego Atual" (-0,28%), "Perspectiva de Consumo" (-1,19%) e "Momento para duráveis" (-2,38%).

Já para as famílias com maior renda, os componentes que apresentaram redução foram "Emprego Atual" (-0,34%), "Perspectiva de Consumo" (-4,11%) e "Momento para Duráveis" (-3,25%).

Highlights de OUT/2024 Intenção de Consumo das Famílias

CONSUMO

. Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) subiu 0,61%, de set/2024 (109,6) para out/2024 (110,2).

. Satisfação com o Nível de Consumo Atual das famílias capixabas é o maior desde de novembro de 2014. Entre setembro (88,2) e outubro (91,8) o aumento foi de 4,08%.

. Acesso ao Crédito no ES cresceu 1,93% entre set/2024 (109,1) e out/2024 (111,2) e se manteve acima da média nacional (93,9).

. Capacidade de Consumo das famílias capixabas aumentou em 1,02%, de setembro (120,6) para outubro (121,8).

. Disposição para o Consumo das famílias de menor renda aumentou 0,22% (out/24 – 95,0) e das famílias de maior renda caiu 1,72% (out/24 – 94,1).

Opinião do Empresariado Capixaba

Em entrevista com o CONNECT o CFO da Agoracred, Leonardo Bortolini, destacou que:

“A Intenção de consumo é um número interessante e que vem mostrando que, apesar do medo das famílias consumirem até agora, nesse ano de 2024, as famílias têm conseguido se reorganizar melhor, conseguiram crédito para reorganizar suas dívidas. Portanto, o consumidor tem adotado uma postura de não consumir por enquanto... a perspectiva tem sido de dar um tempo no consumo.

No entanto, o varejo está entrando em uma fase que é a de recuperação da renda, e recuperação das vendas. As famílias, após organizarem suas dívidas, estão entrando em um novo ciclo. O ciclo agora é de volta para as compras. Agora a gente entra no ciclo que é a família já está mais estruturada em relação a isso.

Esse novo ciclo tem sido caracterizado pela queda do desemprego, aumento do acesso ao crédito, melhores condições profissionais, Satisfação com a renda atual, aumento generalizado da renda no último ano e que continua subindo.”

Quando questionado sobre a característica do tomador de crédito da importância do crédito para as famílias, Leonardo Bortolini ressalta que:

“Muitas vezes o bem, o seu preço, está muito distante da capacidade de renda dele. O cliente da Agoracredi é aquele cliente que compra material de construção, eletroeletrônicos celulares e computadores... e esse cliente precisa ter condições futuras para continuar tomando crédito, como todo mundo faz, mas numa condição que seja favorável para ele e que o permita se organizar financeiramente.”

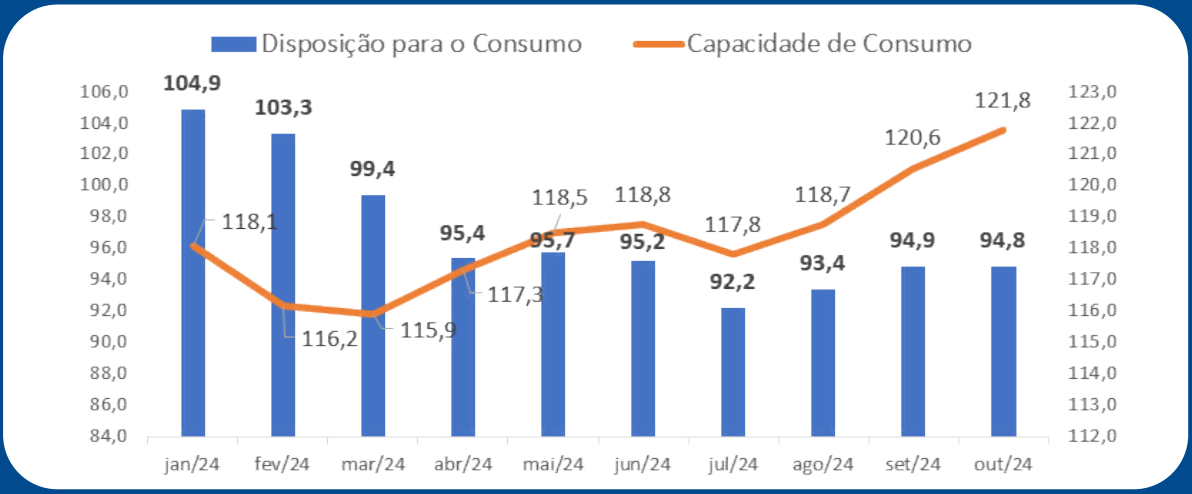
O que está acontecendo?

Em outubro, o aumento da Intenção de Consumo das famílias foi impulsionado pela maior Capacidade de Consumo. Entre setembro e outubro, a capacidade das famílias de menor renda cresceu 0,96% e das famílias de maior renda 1,13%. Já a Disposição para o Consumo das famílias ficou abaixo dos 100 pontos (nível de insatisfação).

No entanto, o comportamento desse indicador tem se caracterizado pela possível mudança do ciclo, que foi marcado por uma maior insegurança das famílias para adquirir bens de maior valor agregado.

Desde julho de 2024, quando a "Disposição para o Consumo" alcançou o menor patamar do ano, a tendência observada tem sido de crescimento, ou seja, as famílias têm começado a deixar o seu perfil conversador, permitindo-se elevar o consumo.

Capacidade e Disposição para o Consumo capixaba em 2024



Fonte: Adaptado de CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Essa mudança de ciclo, e do perfil do consumidor capixaba, é oportuna e importante para o comércio, pois ocorre em um período com grandes datas comemorativas e relevantes para as vendas, como Black Friday e Natal.

Logo, o Mercado deve considerar que existe uma renda de reserva, que possibilita a elevação do consumo das famílias, no entanto, para que essa elevação se concretize é necessário criar um ambiente que gere uma maior segurança para as famílias.

Notas

• Os dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) são coletados em âmbito nacional e estadual pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às federações estaduais para elaborarem as análises de seus estados;
• A análise dos dados de Vitória-ES é realizada pela equipe Connect/Fecomércio-ES.
• Os subindices Capacidade de Consumo e Disposição para o Consumo foram criados pela equipe Connect/Fecomércio-ES.

Subindices CNC - Emprego Atual: Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

Referências:

https://sidra.ibge.gov.br/home/ipca/brasil
https://www.bcb.gov.br/estatisticas/txjuros
https://portaldocomercio.org.br/

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS CRESCE PELO 4º MÊS CONSECUTIVO

Crescimento do ICF é impulsionado pela demanda por bens duráveis das famílias de menor renda, que aumentou 6,8%

Elaborado por: Ana Carolina Julio, Gercione Dionizio e Eduarda Gripp

O relatório do Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) apresenta aspectos relevantes sobre o perfil dos consumidores brasileiros e capixabas, que são importantes para a formulação de estratégias empresariais. O ICF avalia a satisfação e insatisfação do consumidor a partir de diferentes aspectos socioeconômicos associados ao consumo, tais como: emprego, renda, nível de consumo, perspectivas profissionais, dentre outros.

O índice do ICF varia de 0 a 200. Valores acima de 100 indicam um grau de satisfação das famílias, quanto mais próximo de 200 maior a satisfação. Já os valores abaixo de 100 representam a insatisfação e quanto mais próximo de 0 maior a insatisfação.

Resultados Gerais

O Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) subiu 0,8% em novembro, chegando a 111,1 pontos, comparado aos 110,2 pontos de outubro. O crescimento do ICF no ES ocorreu pela quarta vez consecutiva, consolidando trajetória de crescimento do indicador. Esse resultado potencializa a expectativa positiva para as vendas do varejo capixaba nos últimos dias do ano, os quais agregam Black Friday, Natal e Réveillon.

Em novembro de 2024, as famílias capixabas apresentam maior intenção de consumo que em 2023, o que pode sinalizar um possível aumento das vendas em nov/24 em comparação ao mesmo período do ano passado. O ICF de nov/24 (111,1) foi 1,15% superior ao observado em nov/23 (109,8).

O ICF ES (111,1) foi superior tanto ao nível observado no Brasil (103,2) quando à média do Sudeste (103,2). Em comparação a outubro, enquanto o ICF capixaba apresentou uma variação positiva (0,8%), o ICF do Brasil caiu 0,03% e o do Sudeste 0,67%.

Esse comportamento foi observado também no confronto interanual, com uma queda de 4,73% da intenção de consumo das famílias no Sudeste e 1,62% no Brasil.

Intenção de Consumo das Famílias (ICF) capixabas, brasileiras e do Sudeste

	Índice (pontos)			Variação percentual	
	nov/2024	out/2024	nov/2023	Mensal	Interanual
Espírito Santo	111,1	110,2	109,8	0,80%	1,15%
Sudeste	104,8	105,5	110,0	-0,67%	-4,73%
Brasil	103,2	103,2	104,9	-0,03%	-1,62%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES

Com base na avaliação do ICF, que se baseia em diferentes aspectos do ambiente econômico familiar, observa-se que, do ponto de vista das famílias, ES continua se destacando em comparação ao Brasil e a média do Sudestes, o que indicar um maior nível de bem-estar para as famílias capixabas.

Em novembro, a disposição ao consumo das famílias capixabas foi 2,0% maior que em out/24 (96,7). No Espírito Santo, o indicador chegou próximo do nível de Satisfação. Esse resultado indica que as famílias capixabas estão mais dispostas a aumentar o seu nível de consumo, ou seja, consumir mais do que vem consumindo.

Esse aspecto do comportamento das famílias é importante para comércio, pois pode indicar aumento nas vendas.

O crescimento do ICF em nov/2024 foi puxado principalmente pelo subíndice de "Momento para Duráveis" (5,5%), "Perspectiva Profissional" (2,2%) e "Perspectiva de Consumo" (1,0%). Dos sete componentes (subíndices) do ICF cinco se mantiveram no nível de satisfação, sendo eles: Emprego Atual (131,5); Perspectiva Profissional (113,5); Renda Atual (131,8); Acesso ao Crédito (110,3); e Perspectiva de Consumo (122,3).

Comportamento dos componentes do ICF capixaba e brasileiro

	Espírito Santo			Brasil		
	nov/2024	out/2024	Variação Mensal	nov/2024	out/2024	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	**111,1**	**110,2**	**0,8%**	**103,2**	**103,2**	**0,0%**
Emprego Atual	131,5	133,5	-1,5%	126,1	126,9	-0,7%
Perspectiva Profissional	113,9	111,5	2,2%	113,7	113,5	0,1%
Renda Atual	131,8	130,8	0,8%	125,3	125,6	-0,2%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	110,3	111,2	-0,8%	94,3	93,9	0,4%
Nível de Consumo Atual	92,2	91,8	0,5%	89,5	89,8	-0,3%
Perspectiva de Consumo	122,3	121,1	1,0%	106,6	104,8	1,7%
Momento para duráveis	75,6	71,7	5,5%	66,9	68,0	-1,6%
Capacidade de Consumo[1]	121,9	121,8	0,1%	114,8	115,0	-0,1%
Disposição para o Consumo[2]	96,7	94,8	2,0%	87,7	87,5	0,2%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: (1) Indicador construído com base na média entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao crédito.
(2) Indicador construído com base na média entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para Duráveis.

Dentre o conjunto de subíndices do ICF dois apresentam importantes resultados para o comércio, "Perspectiva de Consumo" e "Momento para Duráveis".

O subíndice "Perspectiva de Consumo" saiu de 121,1 em out/24 e chegou a 122,2 em nov/24, apresentando um crescimento de 1%. Esse crescimento indica que as famílias capixabas esperam consumir mais nos próximos meses que no ano passado. Especificamente, mais de 50% das famílias capixabas acreditam que o seu nível de consumo nos próximos meses será maior que no ano passado.

A avaliação das famílias quanto ao momento para aquisição de bens duráveis (eletrodoméstico, TV, computadores, celulares, etc.) é importante resultado. Entre out/24 e nov/24, o componente do ICF "Momento para Duráveis" subiu 5,5%, o que indica que houve um aumento no número de famílias que acreditam que novembro é bom momento para comprar bens de maior valor agregado e que, possivelmente, será necessário um compromisso financeiro para sua aquisição. Contudo, o valor observado em nov/24 de 75,6 para o subíndice de "Momento para Duráveis" foi menor do que em nov/23 (79,4).

Associados ao aumento de 0,8% na "Renda Atual" – o qual a ponta que para as famílias a renda esse mês está maior que no ano passado – o crescimento da "Perspectiva de Consumo" e "Momento para Duráveis" pode implicar em um aumento das vendas nas últimas semanas do ano.

Resultados por grupo familiar

Na análise para diferentes níveis de renda, o ICF tanto das famílias de menor renda (até 10 salários-mínimos) quanto de maior renda (acima de 10 salários-mínimos) cresceu em outubro.

O ICF das famílias de menor renda cresceu 0,8% em novembro, saindo de 109,3 para 110,2. Já o ICF das famílias que recebem mais de 10 salários-mínimos (s.m.) cresceu 0,6%, chegando a 116,8.

Comportamento dos componentes do ICF capixaba e brasileiro por faixa de renda

	ATÉ 10 s.m.			ACIMA DE 10 s.m.		
	nov/2024	out/2024	Variação Mensal	nov/2024	out/2024	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	110,2	109,3	0,8%	116,8	116,1	0,6%
Emprego Atual	129,8	132,0	-1,7%	143,1	143,6	-0,3%
Perspectiva Profissional	114,0	110,9	2,8%	113,4	115,3	-1,7%
Renda Atual	129,5	129,0	0,4%	146,5	142,1	3,1%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	107,9	108,4	-0,5%	125,7	129,2	-2,7%
Nível de Consumo Atual	89,6	89,8	-0,3%	109,4	104,5	4,7%
Perspectiva de Consumo	124,6	123,7	0,7%	107,4	104,0	3,3%
Momento para duráveis	76,2	71,3	6,8%	71,8	73,8	-2,7%
Capacidade de Consumo[1]	120,3	120,1	0,2%	132,2	132,5	-0,3%
Disposição para o Consumo[2]	96,8	95,0	1,9%	96,20	94,06	2,3%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: (1) Indicador construído com base na média entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao crédito.
(2) Indicador construído com base na média entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para Duráveis.

Os componentes do ICF que apresentaram aumento para as famílias de menor renda foram "Perspectiva Profissional" (2,8%), "Renda Atual" (0,4%), "Perspectiva de Consumo" (0,7%) "Momento para duráveis" (6,8%). Já para as famílias com maior renda, os componentes que apresentaram aumento foram "Renda Atual" (3,1%), "Nível de Consumo Atual" (4,7%) e "Perspectiva de Consumo" (3,3%).

Esses resultados, de modo geral, implicam que as famílias acreditam que o seu consumo irá aumentar nos próximos dias em comparação ao ano passado. Associado com o maior nível de renda, isso implica que além da vontade de consumir as famílias também possuem renda. Nessa perspectiva, cabe ao comércio capixaba oferecer atrativos para que essa intenção de consumo se transforme em vendas.

Um cuidado especial que o comércio capixaba pode ter nesse período é o direcionamento das vendas com base nas possíveis demanda de cada grupo. Em especial, é importante observar que a propensão das famílias de menor renda para consumir está direcionada para os produtos de maior valor agregado (Bens duráveis), tais como celulares, ar condicionado, computadores, televisão, maquinas de lavar, etc.

Por outro lado, na perspectiva das famílias de maior renda, é possível que seu consumo seja direcionado a produtos não essências, como Lazer e Entretenimento (viagens), itens de luxo pessoais (relógios e bolsas de marca).

Highlights de NOV/2024
Intenção de Consumo das Famílias

CONSUMO

. Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) subiu 0,8%, de out/2024 (110,2) para nov/2024 (111,1).

. Disposição para o Consumo das famílias capixabas cresceu 2,0% e chegou próximo ao nível de satisfação em novembro (96,7).

. "Momento para duráveis" apresentou crescimento de 5,5%, entre outubro (71,7) e novembro de 2024 (75,6), sendo o principal responsável pelo crescimento do ICF no período.

. Consumo das famílias de baixa renda deve ser orientado a bens duráveis ("Momento para Duráveis", 6,8%).

. Já o consumo das famílias de maior renda deve ser direcionado ao consumo de bens não essenciais.

O que está acontecendo?

Com base nos resultados do ICF de novembro, aumento de 0,8% em comparação a out/24, espera-se que a população capixaba de modo geral, aumente o seu nível de consumo nos próximos dias, em especial comprando produtos de maior valor adicionado (bens duráveis).

Respalda-se essa expectativa nos indicadores que compõem o ICF. Em especial, nota-se que a Disposição para o Consumo das famílias capixabas aumentou 2,0% entre out/24 (95,0) e nov/24 (96,8), o que indica maior predisposição ao consumo. Além disso, as famílias capixabas, em especial as de menor renda, acreditam que o momento é propicio para compara de bens duráveis, que são bem que requerem um compromisso financeiro maior.

Esse comportamento é fruto de um cenário econômico que tem sido construído nos últimos meses.

No ES, o que se observa é o baixo nível de desemprego 4,1%, uma redução do nível de inadimplência das famílias (32,6%), aumento das Perspectivas Profissional (2,2%) e de Consumo (1,0%).

> **Esses fatores geram maior segurança para as famílias, o que lhes permitem adquirir novos compromissos financeiros de longo prazo (se endividar)**

Conjuntamente, esses fatores geram maior segurança para as famílias, o que lhes permitem adquirir novos compromissos financeiros de longo prazo (se endividar).

Nesse as aspecto, para a compreensão das oscilações do nível de consumo das famílias, deve ser visto não como uma necessidade, mas como um resultado da segurança financeira que as famílias possuem, que resultado de uma melhor qualidade de vida e perspectiva de trabalho.

Opinião GEN Y Z

Elaboramos um grupo focal para discutir intenções de consumo com base nos dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), da CNC. O estudo busca compreender os padrões de consumo e as percepções de compra das gerações Y e Z, fornecendo informações estratégicas para a elaboração de relatórios sobre consumo.

> **Estou achando os preços bem legais. Estou adiantando agora para já comprar tudo do Natal.**

Os participantes foram selecionados por acessibilidade com critérios de representatividade em termos de diversidade geracional, gênero e nível socioeconômico. A moderação e a observação do grupo focal foram conduzidas por dois pesquisadores, garantindo uma abordagem qualitativa e a identificação de insights relevantes sobre a disposição de compra e comportamento econômico dos consumidores.

1. O que você vai comprar ou já comprou na Black Friday?

Indivíduo A geração Y: minhas roupas de praia tem uns 3, 4 anos que eu não compro roupa de praia nova. E com essa Black Friday agora, que não é mais só no dia, na sexta, é o mês inteiro. É black novembro, então vai o mês inteiro e muitas coisas estão valendo a pena você comprar nessa época, coisas pela metade do preço. Então eu comprei três roupas de praia, entre biquinis e maiô, por preço de uma. Uma coisa que eu estava precisando de comprar há muito tempo e eu aproveitei esse mês pra poder fazer essa compra.

Indivíduo B geração Y: Eu comprei roupa também. Comprei tênis, roupa pro Ano Novo, No verão eu comprei. Porque o preço está mais barato e está com 40%.

Indivíduo C geração Y: Aconteceu a mesma coisa comigo. Roupa de praia estava com um preço muito bom. Acabei comprando e fiquei muito satisfeita porque era um produto de qualidade, bonito e com preço muito baixo, que a gente não encontra no restante do ano, então isso me deixou bastante satisfeita.

Indivíduo D geração Z: Estou achando os preços bem legais. Estou adiantando agora para já comprar tudo do Natal.

Indivíduo E geração Z: na semana passada eu comprei na Black Friday, uma camisa que era de 250 reais, que foi para 150, economizei 100 reais. Então, aproveitei por ser perto da Black Friday, algumas adiantaram. Então, já estava com desconto. E quando eu já percebi lá o preço, eu comprei.

Indivíduo F geração Z: Eu quero comprar uma mesa pra eu estudar. Porque meu pai trabalha em outra cidade e vem pra casa só no fim de semana. Só que ele trocou de emprego e tá voltando pra casa. Então não vai dar para eu estudar na sala. E o apartamento não é tão grande, então pra eu estudar, pra eu me concentrar, eu tenho que botar uma mesa de um metro e meio pro metro e meio do meu quarto.

Indivíduo B geração Y: Sobre aproveitar a Black Friday, eu tô nessa dúvida. Por exemplo, a minha televisão, ela deu uma listrinha assim na lateral. Ela não tá ruim. Só que, eu sei que essa listrinha vai piorar. Todas são assim. Só que, tipo assim, eu não precisaria comprar agora. Mas estou olhando se compro ou não.

Indivíduo G geração Y: Eu sou bem controlado pra consumo. Eu gasto mais com passagens para viagens. É meu estilo de vida.

2. Você está comprando na Black Friday à vista ou parcelado?

Indivíduo A geração Y: Eu compro tudo parcelado.

Indivíduo B geração Y: Eu parcelo em poucas vezes. Eu só não parcelo o supermercado

Indivíduo C geração Y: Eu também compro tudo parcelado. Até as compras do supermercado.

Indivíduo D geração Z: Eu pago no débito.

Indivíduo E geração Z: Eu faço pix para quase tudo.

Indivíduo F geração Z: Eu preciso parcelar para comprar a mesa.

Indivíduo G geração Y: Pago tudo no pix.

Tendência

O conforme e a praticidade no ambiente doméstico nunca esteve tão em alto. A necessidade de realizar as atividades domésticas de forma rápida e prática está intimamente relacionada às transformações no estilo de vida contemporâneo, onde o tempo se tornou um recurso cada vez mais valioso.

Com essa demanda por mais tempo para direcionar a si próprio, os eletrodomésticos e dispositivos eletrônicos que simplificam as tarefas cotidianas têm ganhado destaque significativo. Aspiradores de pó eletrônicos, como os modelos robóticos, são exemplos claros dessa tendência. Esses equipamentos não apenas facilitam a limpeza, mas também representam um investimento em qualidade de vida, permitindo que as famílias capixabas economizem tempo e energia em tarefas domésticas.

> **Com a redução da inadimplência, a capacidade de pagamento média das famílias capixabas aumentou, o que pode implicar em um maior poder aquisitivo**

A linha de produtos de conforto tem se expandido para além dos tradicionais eletrodomésticos. Dispositivos como a Alexia, assistentes virtuais que controlam diversos aparelhos domésticos por comando de voz, têm conquistado espaço nos lares.

Essas tecnologias permitem que os moradores controlem iluminação, temperatura, reproduzam músicas e até realizem compras online com simples comandos de voz.

A busca por soluções que otimizem o tempo doméstico e reduzam o estresse cotidiano tem sido uma marca consistente nos últimos anos. Com essas transformações as famílias acabam tendo mais tempo para o lazer e bem-estar. Com o maior consumo orientado para o bem-estar, a qualidade de vida das pessoas aumenta, ampliando também sua produtividade e capacidade criativa.

Notas

[1] **Subindices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **I Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **I Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **I Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **I Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **I Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral I Tel.: 3205-0706 I www.fecomercio-es.com.br

FAMÍLIAS CAPIXABAS FECHAM 2024 MAIS DISPOSTAS A CONSUMIR

O indicador "disposição ao consumo", que reflete a vontade de as famílias comprarem, avança 3,6% e atinge nível de satisfação

Elaborado por: Ana Carolina Julio, Gercione Dionizio e Eduarda Gripp

O relatório do Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) apresenta aspectos relevantes sobre o perfil dos consumidores brasileiros e capixabas, que são importantes para a formulação de estratégias empresariais. O ICF avalia a satisfação e insatisfação do consumidor a partir de diferentes aspectos socioeconômicos associados ao consumo, tais como: emprego, renda, nível de consumo, perspectivas profissionais, dentre outros.

O índice do ICF varia de 0 a 200. Valores acima de 100 indicam um grau de satisfação das famílias, quanto mais próximo de 200 maior a satisfação. Já os valores abaixo de 100 representam a insatisfação e quanto mais próximo de 0 maior a insatisfação.

Resultados Gerais

O Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) em novembro manteve-se no nível de satisfação com 111,1 pontos, ou seja, sem variações e indicando que o nível de confiança das famílias com o consumo futuro se mante inalterado.

A estabilidade do ICF entre novembro e dezembro de 2024 reflete o aumento da Disposição ao Consumo (100,1), que voltou ao nível de satisfação (acima de 100 pontos). Esse resultado é relevante para o comércio, em especial para as vendas de Natal e de fim de ano.

Intenção de Consumo das Famílias (ICF) capixabas, brasileiras e do Sudeste

	Índice (pontos)			Variação percentual	
	dez/2024	nov/2024	dez/2023	Mensal	Interanual
Espírito Santo	111,1	111,1	111,1	0,0%	0,0%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES

Com a estabilidade do ICF em 111 pontos, o cenário positivo para as vendas do varejo capixaba no final de 2024 se mantém

Apesar da estabilidade observada em dezembro, o ICF de 111,1 corresponde a um dos maiores níveis já observados desde dezembro de 2014 . Esse valor fica atrás apenas do ICF de janeiro de 2024, que foi de 112,4 pontos. Além disso, o ICF deste mês correspon de ao melhor dezembro dos últimos 10 anos. Portanto, o comportamento observado (estabilidade do índice), acaba mantendo o cenário positivo para as vendas do varejo capixaba no final de 2024, em especial nas últimas datas comemorativas do ano.

O ICF de 111,1 corresponde a um dos maiores níveis já observados desde dezembro de 2014

Índice da Intenção de Consumo das Famílias Capixabas nos últimos 10 anos

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES

Apesar da manutenção do nível do ICF capixaba, algumas alterações importantes ocorrem em seus componentes. Destaca-se, em especial, o comportamento do subíndice "Disposição para o Consumo" e do "Momento para compra de Bens Duráveis".

A Disposição para o Consumo das famílias chegou ao nível de satisfação, ao registrar um avanço de 3,6%, saindo de 96,7 para 100,1 pontos. O alcance desse nível sinaliza um momento de maior segurança financeira e confiança dos consumidores, possivelmente impulsionado pelo mercado de trabalho aquecido (taxa de desocupação de 4,1%), aumento da renda (que cresceu 11% nos últimos 12 meses), acesso facilitado ao crédito e uma perspectiva otimista em relação ao cenário econômico atual.

Para o comércio, esse cenário positivo traz boas expectativas para as vendas de Natal e de fim de ano, sugerindo que os consumidores estão mais propensos a consumir neste período (Natal e fim de ano), o que pode se traduzir em um aquecimento significativo das vendas .

Os consumidores estão mais propensos a consumir neste período (Natal e fim de ano), o que pode se traduzir em um aquecimento significativo das vendas

Comportamento dos componentes do ICF capixaba e brasileiro

	Espírito Santo		
	dez/2024	nov/2024	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	**111,1**	**111,1**	**0,00%**
Emprego Atual	131,8	131,5	0,19%
Perspectiva Profissional	110,9	113,9	-2,66%
Renda Atual	127,1	131,8	-3,56%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	107,7	110,3	-2,37%
Nível de Consumo Atual	89,3	92,2	-3,16%
Perspectiva de Consumo	127,5	122,3	4,27%
Momento para duráveis	83,6	75,6	10,59%
Capacidade de Consumo[1]	119,4	121,9	-2,07%
Disposição para o Consumo[2]	100,1	96,7	3,6%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: (1) Indicador construído com base na média entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao crédito. (2) Indicador construído com base na média entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para Duráveis.

O subíndice "Momentos para compra de bens duráveis", que indica se as famílias acreditam que o momento é bom ou não para compra de bens duráveis (eletrodomésticos, TV, computador, etc.), aumentou 10,59%, saindo de 75,6 em nov/24 para 83,6 em dez/24.

Já a "Perspectiva de Consumo", que indica uma percepção do nível de consumo nos próximos meses em relação ao ano passado, apresentou um aumento de 4,27% entre nov/24 (122,3) e dez/24 (127,5). Esse resultado apresenta uma ótima perspectiva para o comércio capixaba no último mês do ano, pois indicam quem as famílias esperam consumir mais nas próximas semanas.

O consumo das famílias pode ser direcionado para a compra de produtos de maior valor agregado, como eletrodomésticos e eletrônicos

Em especial, o consumo das famílias pode ser direcionado para a compra de produtos de maior valor agregado, como eletrodomésticos e eletrônicos . Em síntese, a expectativa é de aumento da gastos familiares com compra de produtos duráveis. Quanto aos demais componentes do ICF, observou-se redução nos índices de "Perspectiva Profissional" (-2,66%), "Renda Atual" (-3,56%), "Acesso ao Crédito" (-2,37%), "Nível de Consumo Atual" (-3,16%) e um aumento do "Emprego Atual" (0,19%). Esses resultados podem indicar que, apesar da maior pré-disposição ao consumo, as famílias esperavam estar consumindo ainda mais, seja pela expectativa de renda mais elevada ou por melhores condições de acesso ao crédito .

Apesar da maior pré-disposição ao consumo, as famílias esperavam estar consumindo ainda mais, seja pela expectativa de renda mais elevada ou por melhores condições de acesso ao crédito

Resultados por grupo familiar

Na análise para diferentes níveis de renda, o ICF das famílias de menor renda (até 10 salários-mínimos) apresentou uma retração e o das famílias de maior renda (acima de 10 salários-mínimos) um aumento em dezembro. O ICF das famílias de menor renda caiu 0,21% em dezembro, saindo de 110,2 em de novembro para 110,0. Já o ICF das famílias que recebem mais de 10 salários-mínimos (s.m.) cresceu 1,23%, chegando a 118,2.

Comportamento dos componentes do ICF capixaba e brasileiro por faixa de renda

	ATÉ 10 s.m.			ACIMA DE 10 s.m.		
	dez/24	nov/24	Variação Mensal	dez/24	nov/24	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	**110,0**	**110,2**	**-0,21%**	**118,2**	**116,8**	**1,23%**
Emprego Atual	129,9	129,8	0,10%	144,3	143,1	0,85%
Perspectiva Profissional	111,7	114,0	-2,07%	106,0	113,4	-6,52%
Renda Atual	123,9	129,5	-4,31%	147,8	146,5	0,84%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	105,2	107,9	-2,53%	123,9	125,7	-1,48%
Nível de Consumo Atual	86,1	89,6	-3,88%	110,0	109,4	0,50%
Perspectiva de Consumo	129,4	124,6	3,88%	115,4	107,4	7,44%
Momento para duráveis	84,1	76,2	10,42%	80,1	71,8	11,59%
Capacidade de Consumo[1]	117,7	120,3	-2,19%	130,5	132,2	-1,29%
Disposição para o Consumo[2]	99,9	96,8	3,21%	101,82	96,20	5,84%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: (1) Indicador construído com base na média entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao crédito.
(2) Indicador construído com base na média entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para Duráveis.

Em dezembro, a Capacidade de Consumo e a Disposição para o Consumo das famílias de menor e de maior renda apresentaram um comportamento similar, divergindo apenas na magnitude da variação. Ambas os grupos familiares apresentaram uma queda na sua Capacidade de Consumo. Para as famílias de menor renda, a redução foi de 2,19% e chegou a nível de 117,7 em dezembro. Já para as famílias de maior renda a redução foi de 1,29%, saindo de 132,2 (nov/24) e chegando a 130,5 (dez/24).

Por outro lado, a "Disposição para o Consumo" de ambas as famílias apresentou um aumento, sendo esse maior para as famílias com maior renda. Entre dez/24 e nov/24, a disposição para o consumo das famílias de menor renda saiu de 96,8 para 99,9, o que representa uma variação de 3,21%. Para as famílias de maior renda o aumento foi de 5,84%, com o índice saindo de 96,20 e chegando a nível de satisfação de 101,82 em dezembro. Nesse sentido, em dezembro as famílias estão mais propensas ao consumo e, também, com uma expectativa de que o consumo seja maior do que no ano passado. Em ambos os casos, as famílias com renda acima de 10 s.m. apresentaram maior propensão ao consumo.

Para as famílias de menor renda, dos sete componentes do ICF quatro apresentaram uma variação negativa e três apresentaram aumento no período. As variações observadas foram: "Emprego Atual (0,10%); "Perspectiva Profissional" (-2,07%); "Renda Atual" (-4,31%), "Acesso ao Crédito" (-2,53%), "Nível de Consumo Atual" (-3,88%), "Perspectiva de Consumo" (3,88%); e "Momento para Duráveis" (10,42%). No caso das famílias com maior renda, cinco componentes apresentaram uma variação positiva – "Emprego Atual (0,85%); "Renda Atual" (0,84%), "Nível de Consumo Atual" (0,50%), "Perspectiva de Consumo" (7,44%); e "Momento para Duráveis" (11,59%) – e dois apresentaram variação negativa – "Perspectiva Profissional" (-6,52%) "Acesso ao Crédito" (-1,48%).

Highlights de DEZ/2024
Intenção de Consumo das Famílias

CONSUMO

. Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) se manteve no nível de satisfação (111,1).

. Disposição para o Consumo das famílias capixabas cresceu 3,6% e alcançou o nível de satisfação em dezembro (100,2).

. "Momento para compra de bens duráveis" apresentou novo crescimento de 10,59%, entre novembro (75,6) e dezembro de 2024 (83,6).

. Disposição ao consumo das famílias de menor renda e maior renda chegaram a 99,9 (+3,21%) e 101,82 (+5,84%), respectivamente.

O que está acontecendo?

Em dez/24, embora não se tenha observado alterações no ICF das famílias capixabas, houve algumas alterações significativas nos componentes do indicador, que permitem uma maior compreensão do comportamento e escolha das famílias.

No período, houve aumento dos subíndices de "Emprego Atual" (0,19%), "Perspectiva de Consumo" (4,27%) e "Momento para compra de bens Duráveis" (10,59%), o que pode indicar consumo direcionado principalmente para bens duráveis.

Essa perspectiva é observada tanto para as famílias de menor renda (renta até 10 s.m.) quanto para as famílias de maior renda (renda acima de 10 s.m.). Contudo, apesar da perspectiva de que o nível de consumo das famílias aumente nas próximas semanas, pode haver uma insatisfação das famílias com o nível de renda atual e com as condições de acesos ao crédito (compra parcelada).

> **Com a maior disposição a consumir das famílias capixabas, o empresário que oferecer melhores condições de pagamento poderá ter uma vantagem competitiva**

Essa insatisfação pode derivar do comportamento dos componentes do ICF, que sofreram uma redução em dezembro, como "Renda Atual", "Acesso ao Crédito" e "Nível de Consumo Atual". Observando tais resultados, pode-se inferir que as famílias capixabas esperavam um maior nível de consumo em dez/24 e que as condições de acesso a crédito não estão favoráveis.

Neste cenário, varejistas e comerciantes capixabas podem esperar um aumento das vendas nas próximas semanas. No entanto, aquele que conseguir disponibilizar melhores condições de parcelamento para o consumidor poderá se destacar e, portanto, alavancar ainda mais suas vendas e receitas no período de Natal e Ano Novo.

Opinião do Empresariado Capixaba

Claudio Sipollati Diretor executivo da Sipolatti:

"O mês de novembro já é o melhor mês do ano para vendas de bens duráveis. Supera dezembro, que é o segundo melhor mês, com o Dia das Mães em terceiro lugar. Então nasceu uma nova data, a Black Friday. Se vendeu muito se vendeu bem os bens duráveis em novembro. Certas empresas conseguiram superar suas expectativas. No geral, muitas cresceram vendas. Isso foi da ação de aproveitamento da data do mês de cada empresário, no que ele acreditou. Os bens duráveis venderam mais em novembro, uma venda maravilhosa. Está repercutindo e tendo continuidade em dezembro, com o incremento de ar-condicionado e refrigeração. E ainda temos uma época do ano começando agora, um ciclo de sazonalidade, de mais de calor mais intenso. A gente teve um ano muito quente, mesmo fora do verão.

> **Para a formulação de estratégias de vendas assertivas e oportunas, é importante entender que aumento da renda e poder de compra afetam o consumo dos capixabas de forma diferente**

E muito desse impacto estava sendo represado por crédito, e nós tivemos uma redução de inadimplência e uma expansão de crédito ao consumidor. Então aquelas campanhas que foram feitas de desenrola. Isto ajudou. O quase pleno emprego, também está ajudando. E nós estamos tendo realmente um aumento de renda.

Um outro fato é que as pessoas postergaram a troca dos produtos. Então muitas pessoas na linha de refrigeração, ar-condicionado, lava-roupa... essas indústrias ainda não retomaram uma produção auge, que foi em 2012. O que levou em 2012 a um auge de consumo foi a isenção do IPI. Nós estamos em 2024, o eletrodoméstico passou da hora de ser trocado. Então somo isso tudo: o crédito, as datas comemorativas, a necessidade do consumidor...A Black Friday, a redução da inadimplência, o crédito, o ganho de renda das famílias, o mercado de trabalho aquecido... isso tudo faz com que os bens duráveis tenham um novembro e um dezembro com vendas para além das expectativas.

No AtacadoVem, que é o atacarejo, mas que tem um foco grande no consumidor final, no nosso caso, ele também está sendo aquecido por um maior volume de vendas. O consumidor está comprando. Ele quer preço? Ele está comprando. Ele está aumentando a sua cesta.

No cenário do Espírito Santo, a concorrência aumentou muito. Então, o cliente está sendo mais beneficiado, porque ele tem mais opções agora e como a briga está mais acirrada, está ficando melhor para o consumidor final, porque ele está tendo mais atrativos para fazer sua compra.

Então, de maneira geral é isso, o consumo está acontecendo, mas no nosso setor, a "pizza" está sendo mais distribuída, porque tem mais gente concorrendo. Mas no cenário geral está tendo um aumento de consumo."

Tendência

Como o aumento da renda o padrão de Consumo passa por transformações

Nos últimos meses, as famílias capixabas têm observado um aumento na sua renda e, consequentemente, o aumento do poder de compra. Segundo os dados da PNAD, entre 3º trimestre de 2023 e o 3º trimestre de 2024, a renda média subiu de R$ 2.874 para R$ 3.204, um aumento de aproximadamente R$ 400. Esse aumento na renda, acaba elevando o poder de comprar das famílias (se for superior ao aumento dos preços), e afeta diretamente o bem-estar das famílias e as vendas do comércio capixaba.

> **Para a formulação de estratégias de vendas assertivas e oportunas, é importante entender que aumento da renda e poder de compra afetam o consumo dos capixabas de forma diferente**

Com o aumento da renda disponível para o consumo, um resultado imediato e esperado é o aumento da quantidade de bens consumidos. Contudo, o efeito do aumento da renda de uma família ou indivíduo vai mudar de acordo com o atual nível de renda. Em síntese, dois efeitos poderão ser observados: o aumento da quantidade consumida de um bem; ou a mudança no padrão e no tipo de consumo realizado.

Para as famílias de menor renda, o aumento inicial dos rendimentos se traduz, principalmente, na expansão quantitativa do consumo de itens básicos. Esse primeiro momento é caracterizado pela ampliação do volume de produtos já presentes na cesta de consumo, como alimentos e itens de higiene. Por exemplo, se antes a família realizava a compra de 20kg de arroz ela passará a consumir 25kg. Com aumentos contínuos da renda, as necessidades básicas passam a ser atendidas, mesmo com produtos de menor qualidade, e com isso há uma transição gradual para produtos de maior qualidade, isto é, ao invés de consumir apenas carne de segunda as famílias passam a consumir carnes de primeiro.

Por outro lado, nas famílias com maior renda, onde as necessidades básicas já estão atendidas, o incremento nos rendimentos resulta em uma ampliação do consumo de bens supérfluos e, também, na destinação dessa renda para outros tipos de consumo, como investimento e compra de imóveis. Portanto, o aumento da renda das famílias que já possuem elevada renda, tende a ser direcionado para produtos premium, investimentos financeiros, serviços especializados e experiências diferenciadas, com destaque para categorias como lazer, tecnologia e bem-estar.

Consequentemente, a dinâmica de aumento da renda não resulta apenas melhoria no padrão de vida da população, mas também sinaliza oportunidades e desafios para o setor privado no desenvolvimento de estratégias. Uma atenção especial deve ser dada pelo empresariado aos diferentes hábitos de consumo das sociedades que muda quando observados os diferentes estratos de renda, idade e gênero. Logo, para o desenvolvimento de estratégias assertivas e oportunas, é importante mapear e caracterizar o público-alvo (clientes) e compreender o aumento da renda terá efeitos distintos em cada um dos grupos.

Notas

[1] **Subindices CNC - Emprego Atual:** Refere-se à percepção das famílias sobre a situação atual do emprego. Isso inclui a estabilidade do emprego, a segurança no trabalho e a renda atual proveniente do emprego. Uma avaliação positiva desse subíndice indica um mercado de trabalho sólido.

Perspectivas Profissionais: Mede a expectativa das famílias em relação ao mercado de trabalho e às oportunidades de emprego futuras. Se as famílias têm expectativas positivas em relação ao crescimento de suas carreiras, isso pode influenciar positivamente a intenção de consumo.

Renda Atual: Avalia a percepção das famílias em relação à sua situação financeira atual. Isso inclui a renda disponível para gastos e pode afetar a capacidade das famílias de realizar compras.

Compra a Prazo: Refere-se à avaliação das famílias sobre a conveniência de fazer compras a prazo, ou seja, comprar produtos e serviços parcelados. Se as famílias se sentirem confortáveis com essa opção, é mais provável que realizem compras maiores.

Nível de Consumo Atual: Reflete a avaliação da situação de consumo atual das famílias. Se as famílias estão satisfeitas com seus níveis de consumo, isso pode indicar uma maior intenção de continuar comprando.

Perspectivas de Consumo: Mede a expectativa das famílias em relação ao seu poder de compra futuro e à sua capacidade de adquirir bens e serviços. Expectativas positivas podem impulsionar a intenção de consumo.

Momento para Duráveis: Avalia a avaliação das famílias sobre a conveniência de comprar bens duráveis, como eletrodomésticos e veículos, em um determinado momento. Essa percepção pode afetar a decisão de adquirir itens duráveis.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

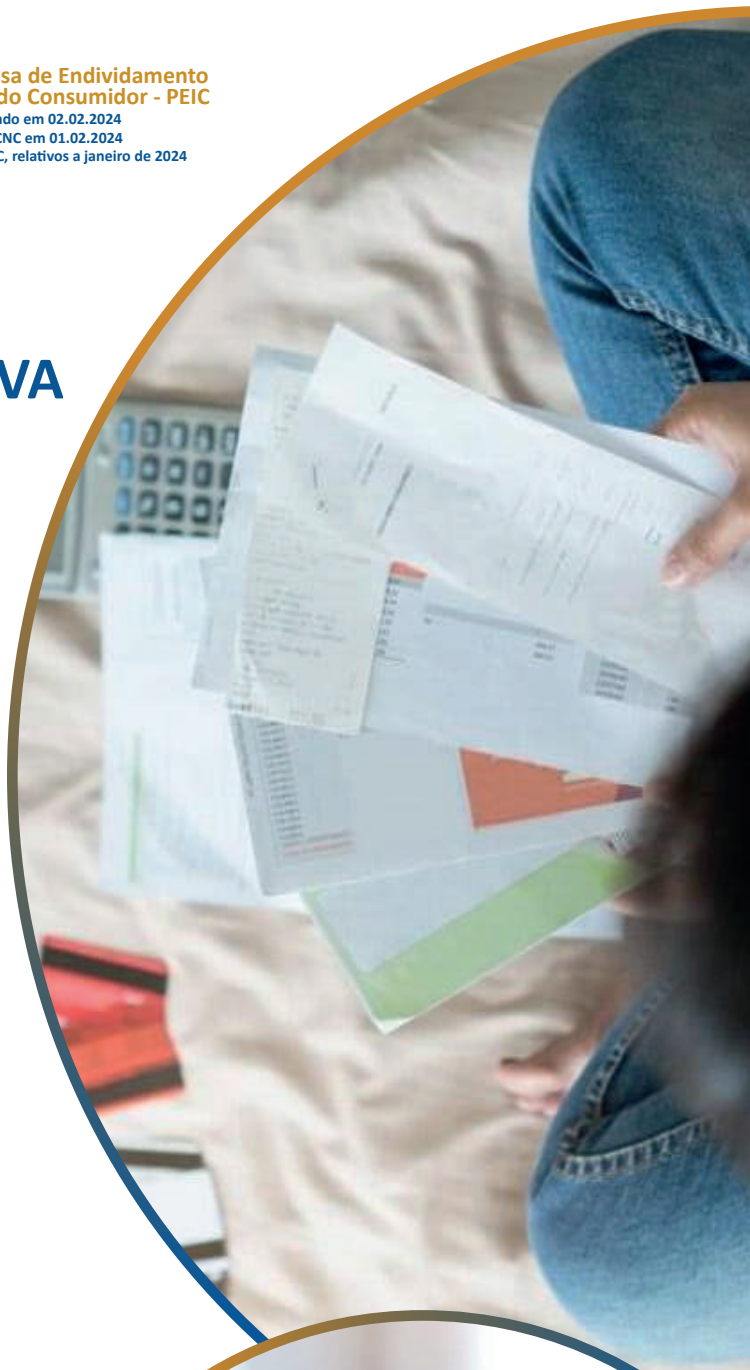
Connect
Fecomércio ES

Relatório: Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor - PEIC
Relatório Connect publicado em 02.02.2024
Pesquisa divulgada pela CNC em 01.02.2024
Dados coletados pela CNC, relativos a janeiro de 2024

INADIMPLÊNCIA REGISTRA QUARTA QUEDA CONSECUTIVA NO ESPIRITO SANTO

A inadimplência das famílias com renda de até 10 salários mínimos também caiu pelo quarto mês consecutivo

Elaborado por: Ana Carolina Julio, Revieni C. Zanotelli, André Spalenza, Claudia Cavalcanti e Ismael Passos.



A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (PEIC) evidencia a extensão das responsabilidades financeiras (endividamento), a habilidade de pagamento (inadimplência) e a proporção da renda comprometida das famílias no Espírito Santo. A avaliação desses indicadores influencia diretamente nas perspectivas de consumo futuro.

Resultados

Em janeiro, a inadimplência apresentou uma diminuição pelo quarto mês consecutivo, atingindo 38,2% das famílias capixabas. Contudo, em relação ao mesmo período de 2023, observou-se um aumento de 1,7 ponto percentual.

O nível de endividamento das famílias permaneceu constante nos últimos três meses, registrando 89,8%. No entanto, nota-se um aumento de 0,4 ponto percentual em comparação com janeiro de 2023.

Quanto ao contingente de famílias que enfrentarão dificuldades para quitar suas dívidas em atraso no próximo mês, registrou-se uma estabilidade em comparação com dezembro, mantendo-se em 21,3%. Em contrapartida, observou-se um aumento de 1,9 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2023.

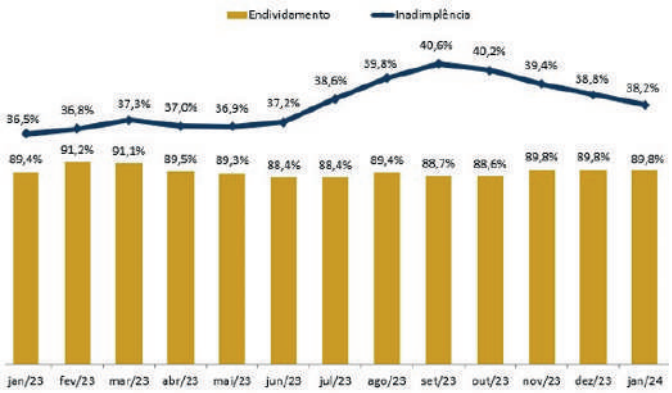
Endividamento e Inadimplência no ES - Jan/24

Indicadores	Últimos três meses			Mesmo mês do ano anterior
	Nov/23	Dez/23	Jan/24	Jan/23
Famílias com compromissos financeiros (Endividamento)	89,8%	89,8%	89,8%	89,4%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	39,4%	38,8%	38,2%	36,5%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas em atraso	22,4%	21,3%	21,3%	19,4%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

A evolução do Endividamento e Inadimplência no Espírito Santo, ao longo dos últimos 13 meses, está demonstrada no gráfico a seguir.

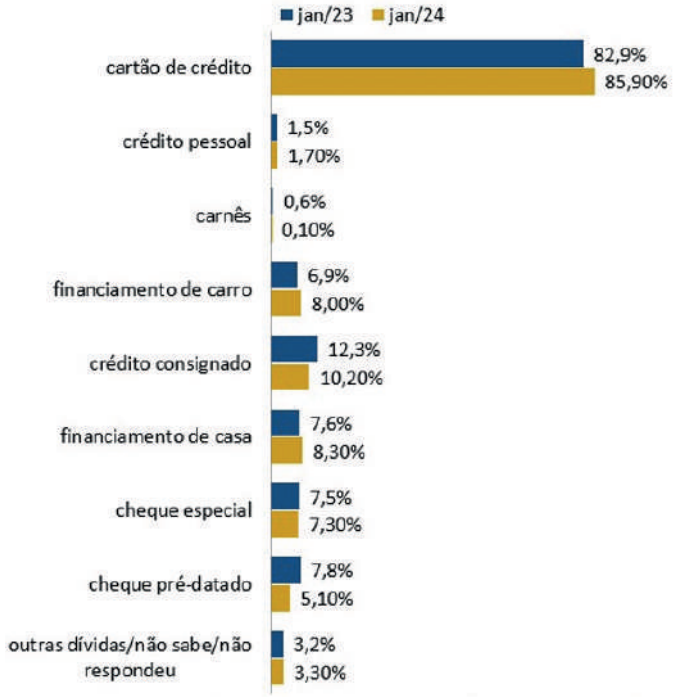
Evolução do Endividamento e Inadimplência no ES Jan/23 a Jan/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No que diz respeito aos tipos de obrigações financeiras, no mês de janeiro de 2024, o cartão de crédito figurou como o principal componente para 85,9% das famílias, mantendo essa tendência desde 2011, quando esse levantamento começou a ser publicado. Crédito consignado (10,2%), financiamento de casas (8,3%) e financiamento de carro (8,0%) também se destacaram como relevantes.

Tipos de compromissos financeiros Jan/23 e Jan/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

A seguir, serão destacados outros elementos do panorama do endividamento familiar. No mês de janeiro, as famílias que contraíram compromissos financeiros comprometeram sua renda para os próximos 6,8 meses, sendo que essas obrigações correspondem a 30,6% do total da renda familiar. Por outro lado, entre aqueles que estão inadimplentes, o pagamento das dívidas está atrasado por um período médio de 68,9 dias.

Indicadores	Jan/24	Jan/23
Renda comprometida com dívidas (dentre os endividados)	30,6%	29,1%
Em quanto tempo as dívidas deverão ser pagas (dentre os endividados)	6,8 meses	6,9 meses
Há quanto tempo as dívidas estão atrasadas (dentre os inadimplentes)	68,9 dias	66,3 dias

Comprometimento da renda familiar (%) Jan/2024

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O perfil do endividamento por faixa de renda mostra que as famílias de renda mais baixa são as que se encontram com mais compromissos finan-

Indicadores	Até 10 s.m.	Mais de 10 s.m.
Famílias endividadas	91,3%	80,2%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	43,2%	9,4%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas já atrasadas	25,3%	3,5%

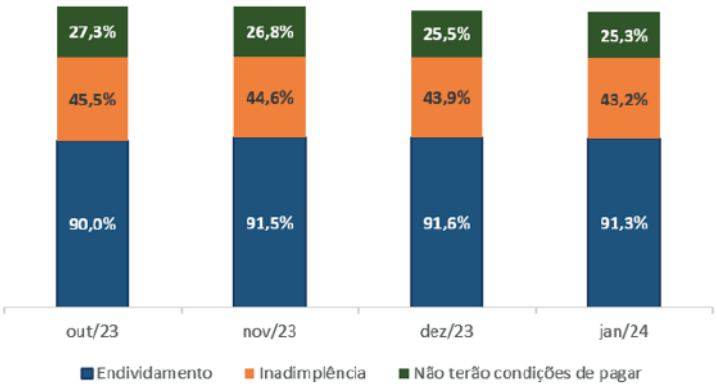
Endividadose inadimp. por faixade renda familiar no ES Jan/2024

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em janeiro, 91,3% das famílias capixabas com renda de até 10 salários mínimos haviam assumido algum tipo de compromisso financeiro (endivi damento), 43,2% estavam com contas em atraso (inadimplência) e 25,3% afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas nos próximos meses.

O gráfico evolutivo para a faixa de renda de até 10 salários mínimos aponta redução da inadimplência e do percentual das famílias que não terão condições de pagar dívidas pela quarta vez consecutiva. Já o grau de endividamento reduziu 0,3 p.p em janeiro.

Evolutivo Indicadores faixa de renda de até 10 s.m. (out/23 a jan/24)



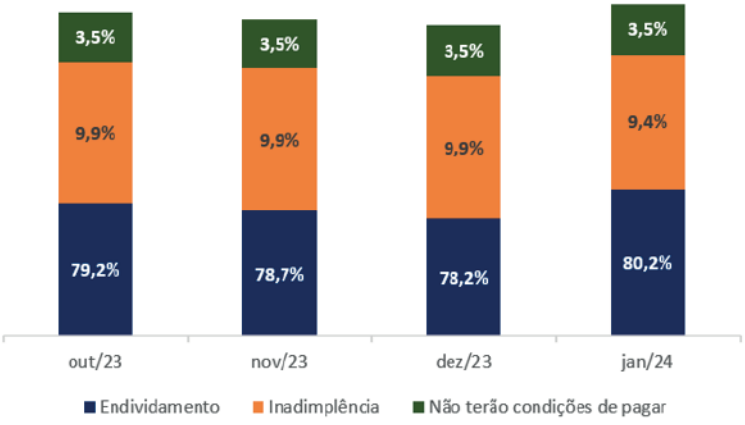
Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No que concerne ao tipo de dívida, nessa faixa de renda (dos que ganham até 10 salários mínimos), houve um aumento da utilização do cheque especial (1,5%), crédito consignado (7,9%), financiamento de carros (6,1%) e de outras dívidas (3,8%).

Em janeiro, o grupo com renda familiar acima de 10 s.m. teve um endividamento de 80,2% e inadimplência de 9,4%. Nessa faixa de renda, apenas 3,5% das famílias afirmaram que não terão condições de pagar dívidas em atraso nos próximos meses.

O gráfico evolutivo para essa faixa de renda dos indicadores nos últimos 4 meses aponta redução da inadimplência em jan/24 após 3 meses de estabilidade. Já as famílias que não terão condições de pagar suas dívidas manteve-se estável no patamar de 3,5%. O grau de endividamento subiu em janeiro após 3 meses consecutivos de redução.

Evolutivo Indicadores faixa de renda de mais de 10 s.m. (out/23 a jan/24)



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nessas famílias com renda superior a 10 salários mínimos, nota-se um aumento no uso do cartão de crédito, atingindo 89,5%, e do cheque especial, que registrou uma ampliação para 3,1%. Contudo, destaca-se a diminuição do crédito consignado e do crédito pessoal nessa faixa de renda.

Isto é, observa-se uma tendência de redução nos empréstimos bancários por parte das famílias com rendimentos superiores a 10 salários mínimos, embora haja um leve aumento na utilização do cheque especial.

No Brasil, 78,1% das famílias afirmam ter dívidas a vencer em janeiro de 2024. O percentual de inadimplentes foi de 28,3%, ante 29,9% do mesmo mês do ano anterior (jan/23).

O que está acontecendo?

O percentual de famílias capixabas com contas ou dívidas em atraso de pagamento (inadimplentes) recuou pela quarta vez consecutiva em janeiro. O número daquelas que afirmaram possuir dívidas a vencer (endividados), por sua vez, vem se mantendo estável nos últimos 3 (três) meses. Essa é uma sinalização positiva do indicador que evidencia a qualidade do endividamento. Apesar de manter-se em um patamar elevado (38,2%), reflete uma melhoria na capacidade das famílias de cumprir com suas obrigações financeiras.

Outra boa notícia é que ao analisarmos a faixa de renda de até 10 salários mínimos dos indicadores nos últimos 4 meses, evidencia-se uma redução da inadimplência e do percentual das famílias que não terão condições de pagar dívidas pela quarta vez consecutiva. Já o grau de endividamento reduziu 0,3 p.p em janeiro.

Para a faixa de renda superior a 10 salários mínimos, os indicadores nos últimos 4 meses apontam redução da inadimplência em jan/24 após 3 meses de estabilidade. Já as famílias que não terão condições de pagar suas dívidas manteve-se estável no patamar de 3,5%. O grau de endividamento subiu em janeiro após 3 meses consecutivos de redução

Em suma, a estabilidade no endividamento e a queda nos inadimplentes, juntamente com o crescimento na intenção de consumo, conforme apontado no último relatório Connect ICF[1] (Intenção de Consumo das Famílias) de janeiro, sugerem um cenário mais positivo para as famílias capixabas em termos de saúde financeira e disposição para gastar. Isto é, as pessoas estão gradualmente liquidando suas dívidas para assumir novas responsabilidades financeiras, possibilitando a aquisição de novos produtos e serviços.

Conforme apontou o relatório PEIC da CNC[2], as previsões da Confederação indicam que em 2024, o endividamento deverá continuar a aumentar gradualmente, enquanto o número de famílias inadimplentes tende a diminuir.

Notas

- Endividamento: consumidores que declararam ter dívidas na família (dívidas com cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, crédito consignado, empréstimo pessoal, prestação de carro e de casa);
- Inadimplência: consumidores com contas ou dívidas atrasadas no mês;
- Não terão condições de pagar dívidas: percentual dos que afirmaram que não terão condições de pagar as contas ou dívidas em atraso no próximo mês.
- Os dados da pesquisa são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às Federações estaduais para a elaboração das análises de seus estados;
- A amostra é de, no mínimo, 500 famílias no fluxo do município de Vitória–ES (exceto pessoas de outros estados);
- Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatistica, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
- A pesquisa para as Unidades da Federação é dividida em duas faixas de renda: as que possuem renda familiar até dez salários mínimos e as que possuem renda acima de dez salários mínimos;
- Essa pesquisa possui um mês de defasagem.

[1] Relatório Connect ICF jan24 - Famílias capixabas iniciam 2024 com mais disposição para o consumo.
[2] PEIC CNC.
https://portaldocomercio.org.br/economia/peic-classe-media-terminou-janeiro-menos-endividada/

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Bruno Pessanha Negris **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

Connect
Fecomércio ES

Relatório: Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor - PEIC
Relatório Connect publicado em 08.03.2024
Pesquisa divulgada pela CNC em 12.03.2024
Dados coletados pela CNC, relativos a dezembro de 2023

INADIMPLÊNCIA DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS É A MENOR DOS ÚLTIMOS 13 MESES

Com mercado de trabalho aquecido, ES gera emprego e renda, e mais capixabas têm condições de honrar suas dívidas

Elaborado por: Ana Carolina Júlio, Revieni C. Zanotelli.

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (PEIC) reflete a dimensão dos compromissos financeiros (endividamento) e a capacidade de pagamento (inadimplência) e o comprometimento da renda das famílias do Espírito Santo. A análise desses indicadores possui impactos diretos no consumo futuro.

Resultados

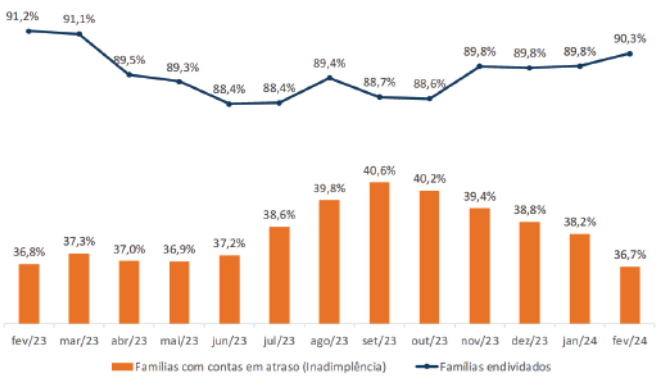
No mês de fevereiro de 2024, 90,3% das famílias capixabas haviam assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), mostrando um crescimento de 0,5 pontos percentuais (p.p.) em relação ao mês anterior. Cerca de 36,7% estavam com contas em atraso (inadimplência), mostrando uma variação negativa de 1,5 p.p., abaixo do nível de fevereiro de 2023. Assim, **a inadimplência das famílias capixabas é a menor dos últimos 13 meses**. Além disso, **esta é a quinta queda consecutiva do índice** de inadimplência. Já 21,5% das famílias afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas em atraso no próximo mês, obtendo leve aumento de 0,2 p.p.

Endividamento e Inadimplência no ES Fevereiro/24

Indicadores	Últimos três meses			Mesmo mês do ano anterior
	Dez/23	Jan/24	Fev/24	Fev/23
Famílias com compromissos financeiros (Endividamento)	89,8%	89,8%	90,3%	91,2%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	38,8%	38,2%	36,7%	36,8%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas em atraso	21,3%	21,3%	21,5%	18,7%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

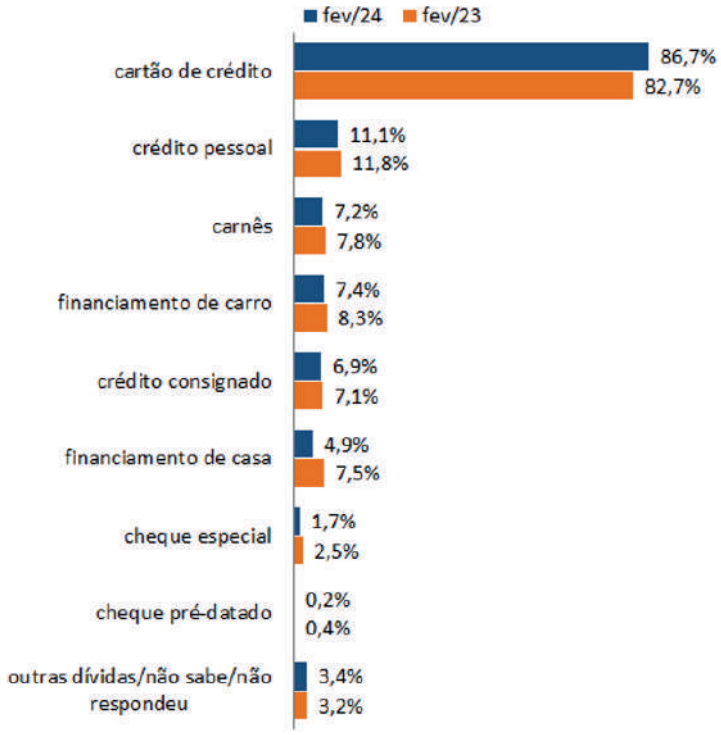
Evolução do Endividamento e Inadimplência no ES Fev/23 a Fev/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em fevereiro de 2024, 86,7% das famílias tinham o cartão de crédito como principal compromisso financeiro, como vem acontecendo desde 2011, quando esta pesquisa começou a ser divulgada. Crédito pessoal (11,1%) e financiamento de carro (7,4%) também aparecem como relevantes.

Tipos de compromissos financeiros Fev/23 e Fev/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

A seguir, outros aspectos do perfil do endividamento das famílias são apresentados. Em fevereiro, as famílias que assumiram obrigações financeiras comprometeram sua renda pelos próximos 7,0 meses, sendo que tais compromissos representam 30,2% da renda familiar. Já entre os inadimplentes, o pagamento das dívidas está atrasado há 70,6 dias.

Comprometimento da renda familiar (%) Fev/2024

Indicadores	Fev/24	Fev/23
Renda comprometida com dívidas (dentre os endividados)	30,2%	28,9%
Em quanto tempo as dívidas deverão ser pagas (dentre os endividados)	7,0 meses	6,8 meses
Há quanto tempo as dívidas estão atrasadas (dentre os inadimplentes)	70,6 dias	67,2 dias

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O perfil do endividamento por faixa de renda mostra que as famílias de renda mais baixa (até 10 salários mínimos) são as que se encontram em maior dificuldade para quitar os compromissos e possuem o maior nível de inadimplência. No entanto, assim como para o índice geral, **a inadimplência das famílias com renda de até 10 s.m também registra a quinta queda consecutiva.**

Histórico da Inadimplência por faixa de renda familiar – ES Fev/23 a Fev/24

Indicadores	Fev/23	Mar/23	Abr/23	Mai/23	Jun/23	Jul/23	Ago/23
Até 10 s.m.	42,3%	42,8%	42,5%	42,6%	42,6%	43,7%	45,0%
Mais de 10 s.m.	6,5%	6,5%	5,5%	4,5%	5,0%	7,0%	8,5%

Indicadores	Set/23	Out/23	Nov/23	Dez/23	Jan/24	Fev/24
Até 10 s.m.	45,9%	45,5%	44,6%	43,9%	43,2%	41,4%
Mais de 10 s.m.	10,0%	9,9%	9,9%	9,9%	9,4%	9,4%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Endividadose inadimp. por faixade renda familiar no ES Fev/2024

Indicadores	Até 10 s.m.	Mais de 10 s.m.
Famílias endividadas	91,8%	80,7%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	41,4%	9,4%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas já atrasadas	25,0%	4,5%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em fevereiro, 91,8% das famílias capixabas com renda de até 10 salários mínimos (s.m.) haviam assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), 41,4% estavam com contas em atraso (inadimplência) e 25,0% afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas nos próximos meses.

O grupo com renda familiar acima de 10 s.m. teve um endividamento de 80,7% e inadimplência de 9,4%. Nessa faixa de renda, apenas 4,5% das famílias afirmaram que não terão condições de pagar dívidas em atraso nos próximos meses.

No Brasil, o relatório da CNC[1] mostrou que 77,9% das famílias afirmaram ter dívidas a vencer. O percentual de inadimplentes em fevereiro foi de 28,1% ante 28,3% em janeiro, representando o menor patamar desde março de 2022. **A queda anual observada na proporção de consumidores endividados ocorreu principalmente entre o público feminino, passando de 79,5% em fevereiro de 2023 para 78,8% em fevereiro de 2024 (-0,7**

pontos percentuais), sendo que, dentre o masculino, o percentual permaneceu em 77,2%. O mesmo movimento foi percebido no mês anterior, porém com menor intensidade, com queda de 0,2 p.p. na proporção de mulheres endividadas. Em relação a inadimplência, a redução do volume de famílias com dívidas atrasadas ocorreu em ambos os gêneros quando comparados ao mesmo mês do ano anterior, mas na comparação mensal apenas o público feminino apresentou queda, de 0,5 p.p.

O que está acontecendo?

O percentual de famílias capixabas com contas ou dívidas em atraso de pagamento (inadimplentes) recuou pela quinta vez consecutiva em fevereiro de 2024. Já o número daquelas que afirmaram possuir dívidas a vencer (endividados) cresceu após ficar estável por três meses.

A queda no indicador de inadimplência significa a melhora da qualidade do endividamento e reflete também uma melhoria da capacidade de pagamento das obrigações financeiras pelas famílias.

Desde o final do ano passado, o efeito do pagamento do décimo terceiro salário juntamente com os feirões de negociações de dívidas e queda nas taxas de juros proporcionou a liberação de crédito e um alívio para os inadimplentes. Junto a isso, soma-se o desempenho positivo do mercado de trabalho (formal e informal) expresso pela diminuição do desemprego no Espírito Santo, que fechou 2023 com um índice de 5,7%, sendo o mais baixo desde 2012, quando a série histórica começou, de acordo com Relatório Connect Taxa de Desemprego[2]. Esse índice está abaixo da média nacional, de 7,8%, tornando o Estado o detentor da menor taxa de desemprego na região Sudeste e a 7ª menor entre as 27 unidades da federação.

Os indicadores de emprego e renda são essenciais para subsidiar toda a atividade econômica e interferem diretamente na capacidade de pagamento das famílias. É importante destacar também a representatividade do comércio de bens e serviços como os setores que mais empregam no ES. Das cerca de 2 milhões de pessoas ocupadas no 4º trimestre de 2023, 69% estavam trabalhando nos setores de Comércio e Serviços do Espírito Santo, sendo 19% no comércio e 50% nos serviços.

Por outro lado, o aumento no endividamento deve-se pelas contas tradicionais de início de ano, como impostos e matrículas escolares por exemplo, juntamente com as parcelas das compras de Natal.

Para os próximos meses, é preciso continuar monitorando esses indicadores de perto já que o percentual daquelas famílias que afirmaram não ter condições de pagar as dívidas no próximo mês, que é o grupo mais complexo dos inadimplentes, juntamente com o aumento do percentual de comprometimento da renda familiar pode sugerir inadimplência futura.

A popularização do cartão de crédito como principal meio de pagamento do consumidor brasileiro tem sido evidenciada nos últimos anos pelo indicador do principal tipo de dívida das famílias. No entanto, o cartão de crédito é um dos tipos de dívidas mais caros do mercado que fazem com que, toda vez que acontecer algum imprevisto que atrase o pagamento, o débito cresça muito em pouco tempo. Outro comportamento muito presente entre os consumidores brasileiros é o “empréstimo do nome”. Pesquisa do CNDL e SPC Brasil[3] divulgada em janeiro de 2024, mostrou que 27% dos consumidores brasileiros fizeram compras utilizando o nome de outra pessoa nos últimos 12 meses anteriores à pesquisa, sendo que 20% utilizaram o cartão de crédito. Mas se por um lado, o empréstimo de nome é uma atitude solidária, por outro pode acarretar prejuízos e constrangimentos.

Notas

• Endividamento: consumidores que declararam ter dívidas na família (dívidas com cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, crédito consignado, empréstimo pessoal, prestação de carro e de casa);

• Inadimplência: consumidores com contas ou dívidas atrasadas no mês;

• Não terão condições de pagar dívidas: percentual dos que afirmaram que não terão condições de pagar as contas ou dívidas em atraso no próximo mês.

• Os dados da pesquisa são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às Federações estaduais para a elaboração das análises de seus estados;

• A amostra é de, no mínimo, 500 famílias no fluxo do município de Vitória–ES (exceto pessoas de outros estados);

• Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.

• A pesquisa para as Unidades da Federação é dividida em duas faixas de renda: as que possuem renda familiar até dez salários mínimos e as que possuem renda acima de dez salários mínimos;

• Essa pesquisa possui um mês de defasagem.

[1] 8 de Março: cai inadimplência entre as mulheres. CNC Brasil. Fevereiro, 2024.
[2] Relatório Connect Taxa de Desemprego 2023. Fevereiro, 2024.
[3] Sistema CNDL Brasil e SPC Brasil.
https://site.cndl.org.br/27-dos-consumidores-usaram-nome-de-outras-pessoas-emprestado-para-fazer-compras-aponta-cndlspc-brasil/ . Janeiro, 2024.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Wendel Alexandre l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

Connect
Fecomércio ES

Relatório: Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor - PEIC
Relatório Connect publicado em 12.04.2024
Pesquisa divulgada pela CNC em 05.03.2024
Dados coletados pela CNC, relativos a março de 2024

INADIMPLÊNCIA DAS FAMÍLIAS É A MENOR DESDE JULHO DE 2022 NO ESPÍRITO SANTO

O endividamento também caiu em março de 2024

Elaborado por: Ana Carolina Júlio, Revieni C. Zanotelli.

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (PEIC) reflete a dimensão dos compromissos financeiros (endividamento) e a capacidade de pagamento (inadimplência) e o comprometimento da renda das famílias do Espírito Santo. A análise desses indicadores possui impactos diretos no consumo futuro.

Resultados

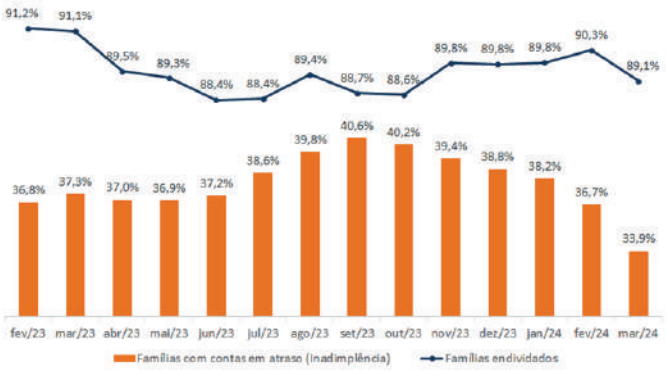
No mês de março de 2024, 89,1% das famílias capixabas haviam assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), mostrando uma queda de 1,2 pontos percentuais (p.p.) em relação ao mês anterior. Quanto ao indicador de inadimplência, 33,9% das famílias estavam com contas em atraso, mostrando também uma queda em relação ao mês anterior de 2,8 p.p., menor nível desde julho de 2022. Além disso, representou a sexta queda consecutiva do índice. Já o indicador das famílias que afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas em atraso no próximo mês mostrou recuo de 1,4 p.p, passando a 20,1%.

Endividamento e Inadimplência no ES – Março/24

Indicadores	Últimos três meses			Mesmo mês do ano anterior
	Jan/24	Fev/24	Mar/24	Mar/23
Famílias com compromissos financeiros (Endividamento)	89,8%	90,3%	89,1%	91,1%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	38,2%	36,7%	33,9%	37,3%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas em atraso	21,3%	21,5%	20,1%	18,0%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

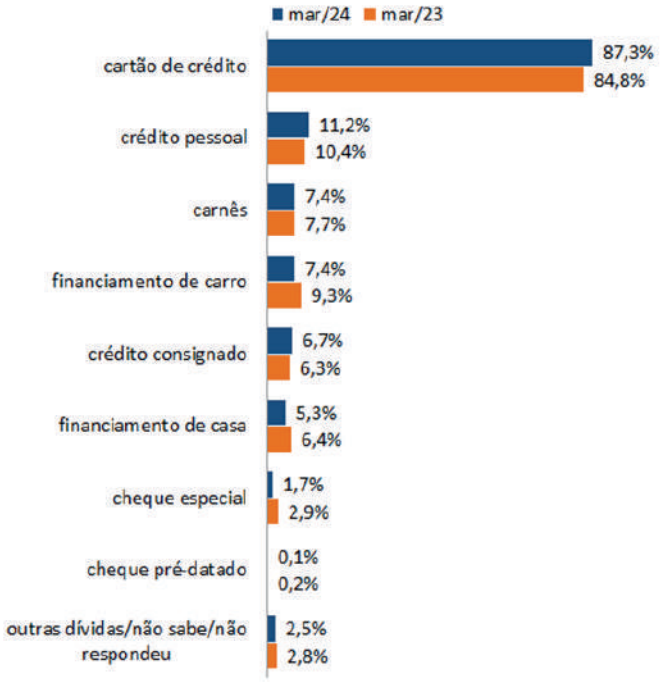
Evolução Endividamento e Inadimplência no ES Mar/23 a Mar/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em março de 2024, 87,3% das famílias tinham o cartão de crédito como principal compromisso financeiro, como vem acontecendo desde 2011, quando esta pesquisa começou a ser divulgada. Crédito pessoal (11,2%) e financiamento de carro e carnês (ambos com 7,4%) também apareceram como relevantes.

Tipos de compromissos financeiros Mar/23 e Mar/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Neste mês, as famílias que assumiram obrigações financeiras comprometeram sua renda pelos próximos 6,8 meses, sendo que tais compromissos representaram 29,4% da renda familiar. Já entre os inadimplentes, o pagamento das dívidas está atrasado há 71,7 dias. A seguir, outros aspectos do perfil do endividamento das famílias são apresentados. A seguir, aspectos do perfil do endividamento das famílias são apresentados:

Comprometimento da renda familiar (%) – Março 2024

Indicadores	Mar/24	Mar/23
Renda comprometida com dívidas (entre os endividados)	29,4%	28,6%
Em quanto tempo as dívidas deverão ser pagas (entre os endividados)	6,8 meses	6,6 meses
Há quanto tempo as dívidas estão atrasadas (dentre os inadimplentes)	71,7 dias	66,7 dias

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O perfil do endividamento por faixa de renda mostra que as famílias de renda mais baixa, até 10 salários mínimos (s.m.), são as que se encontram em maior dificuldade para quitar os compromissos e possuem o maior nível de inadimplência. No entanto, assim como para o índice geral, houve recuo do indicador de inadimplência nos últimos seis meses para as famílias com renda de até 10 s.m. Para a faixa de renda acima de 10 s.m. a inadimplência também recuou em março.

Histórico da Inadimplência por faixa de renda familiar – ES Mar/23 a Mar/24

Indicadores	Mar/23	Abr/23	Mai/23	Jun/23	Jul/23	Ago/23
Até 10 s.m.	42,8%	42,5%	42,6%	42,6%	43,7%	45,0%
Mais de 10 s.m.	6,5%	5,5%	4,5%	5,0%	7,0%	8,5%

Indicadores	Set/23	Out/23	Nov/23	Dez/23	Jan/24	Fev/24	Mar/24
Até 10 s.m.	45,9%	45,5%	44,6%	43,9%	43,2%	41,4%	38,3%
Mais de 10 s.m.	10,0%	9,9%	9,9%	9,9%	9,4%	9,4%	7,9%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Endividados e Inadimplentes por faixa de renda familiar – ES Mar/24

Indicadores	Até 10 s.m.	Mais de 10 s.m.
Famílias endividadas	90,6%	79,7%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	38,3%	7,9%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas já atrasadas	23,0%	4,5%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em março, 90,6% das famílias capixabas com renda de até 10 s.m. haviam assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), 38,3% estavam com contas em atraso (inadimplência) e 23,0% afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas nos próximos meses.

O grupo com renda familiar acima de 10 s.m. teve um endividamento de 79,7% e inadimplência de 7,9%. Nessa faixa de renda, apenas 4,5% das famílias afirmaram que não terão condições de pagar dívidas em atraso nos próximos meses.

No Brasil, o relatório da CNC[1] mostrou que 78,1% das famílias afirmaram ter dívidas a vencer, o que significou um leve aumento de 0,2 p.p. em relação ao mês anterior. O percentual de inadimplentes em março foi de 28,1% ante 28,6% em fevereiro.

O que está acontecendo?

Na média brasileira, as famílias aumentaram o endividamento e apresentaram maior nível de inadimplência em março em relação a fevereiro, o que não aconteceu no Espírito Santo. O percentual de famílias do Estado com contas ou dívidas em atraso de pagamento (inadimplentes) recuou pela sexta vez consecutiva em março de 2024. Um recuo também foi registrado no número daquelas que afirmaram possuir dívidas a vencer (endividados), que caiu após atingir o pico de 2024 em fevereiro.

Em março, 18 das 27 unidades da federação apresentaram percentual de endividamento acima do resultado nacional (78,1%). O Espírito Santo apareceu com o quarto maior nível de endividamento entre os estados brasileiros, ficando atrás do Paraná (90,5%), Minas Gerais (89,7%), Ceará (89,5%). Já para a inadimplência, 23 unidades da federação ficaram acima da média nacional (28,6%), o maior indicador foi para o Rio Grande do Norte (57,4%) e o indicador capixaba apareceu na nona posição do ranking.

Apesar do alto nível de endividamento, a sequência de quedas no indicador de inadimplência é um importante sinalizador da melhoria da qualidade desse endividamento, o que significa melhor capacidade de pagamento das obrigações financeiras pelas famílias, seja pelo lado da melhoria da renda, seja pelos ajustes realizados pelas mesmas no orçamento familiar.

No caso do Espírito Santo, o contínuo desempenho positivo do mercado de trabalho formal[2] (CAGED) foi essencial para nesse contexto: o saldo positivo entre contratações e demissões em fevereiro foi de 4.754 postos de trabalho com carteira assinada. Outro resultado importante é a taxa de desemprego (formal e informal) que, no Estado, fechou 2023 em 5,7%, sendo a menor desde 2012, quando a série histórica começou, de acordo com Relatório Connect Taxa de Desemprego[3]. A taxa ficou abaixo da média nacional, de 7,8%, foi a menor da região Sudeste e a 7ª menor taxa entre as 27 unidades da federação.

Além disso, a queda nas taxas de juros impactou esse cenário, já que os juros nas parcelas e no valor total da dívida diminuem, o que contribui na busca por colocar as dívidas atrasadas em dia. Esse conjunto de fatores traz boas perspectivas para o consumo futuro.

Notas

- Endividamento: consumidores que declararam ter dívidas na família (dívidas com cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, crédito consignado, empréstimo pessoal, prestação de carro e de casa);
- Inadimplência: consumidores com contas ou dívidas atrasadas no mês;
- Não terão condições de pagar dívidas: percentual dos que afirmaram que não terão condições de pagar as contas ou dívidas em atraso no próximo mês.
- Os dados da pesquisa são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às Federações estaduais para a elaboração das análises de seus estados;
- A amostra é de, no mínimo, 500 famílias no fluxo do município de Vitória–ES (exceto pessoas de outros estados);
- Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
- A pesquisa para as Unidades da Federação é dividida em duas faixas de renda: as que possuem renda familiar até dez salários mínimos e as que possuem renda acima de dez salários mínimos;
- Essa pesquisa possui um mês de defasagem.

[1]https://portaldocomercio.org.br/economia/peic-endividamento--aumenta-entre-as-familias-em-marco/
[2] http://fecomercio-es.com.br/assetmanager/assets/comunicacao/-CAGED_fevereiro_24.pdf
[3] Relatório Connect Taxa de Desemprego 2023. Fevereiro, 2024

EXPEDIENTE: **Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac:** Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Wendel Alexandre l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

Connect
Fecomércio ES

Relatório: Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor - PEIC
Relatório Connect publicado em 15.05.2024
Pesquisa divulgada pela CNC em 07.05.2024
Dados coletados pela CNC, relativos a abril de 2024

ENDIVIDAMENTO E INADIMPLÊNCIA DAS FAMÍLIAS FICARAM ESTÁVEIS EM ABRIL NO ESPÍRITO SANTO

Comportamento semelhante dos indicadores foi registrado para o Brasil

Elaborado por: Ana Carolina Júlio, Revieni C. Zanotelli

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (PEIC) reflete a dimensão dos compromissos financeiros (endividamento) e a capacidade de pagamento (inadimplência) e o comprometimento da renda das famílias do Espírito Santo. A análise desses indicadores possui impactos diretos no consumo futuro.

Resultados

Em abril de 2024, 88,9% das famílias capixabas afirmaram ter assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), mostrando um leve recuo de 0,2 pontos percentuais (p.p.) em relação ao mês anterior. Quanto ao indicador de inadimplência, 33,9% das famílias estavam com contas em atraso, mostrando estabilidade em relação ao mês anterior, continuando no menor nível desde julho de 2022. Já o indicador das famílias que afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas em atraso no próximo mês mostrou recuo de 0,4 p.p, passando a 19,7%.

Endividamento e Inadimplência no ES – Abril/24

Indicadores	Últimos três meses			Mesmo mês do ano anterior
	Fev/24	Mar/24	Abr/24	Abr/23
Famílias com compromissos financeiros (Endividamento)	90,3%	89,1%	88,9%	89,5%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	36,7%	33,9%	33,9%	37,0%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas em atraso	21,5%	20,1%	19,7%	18,3%

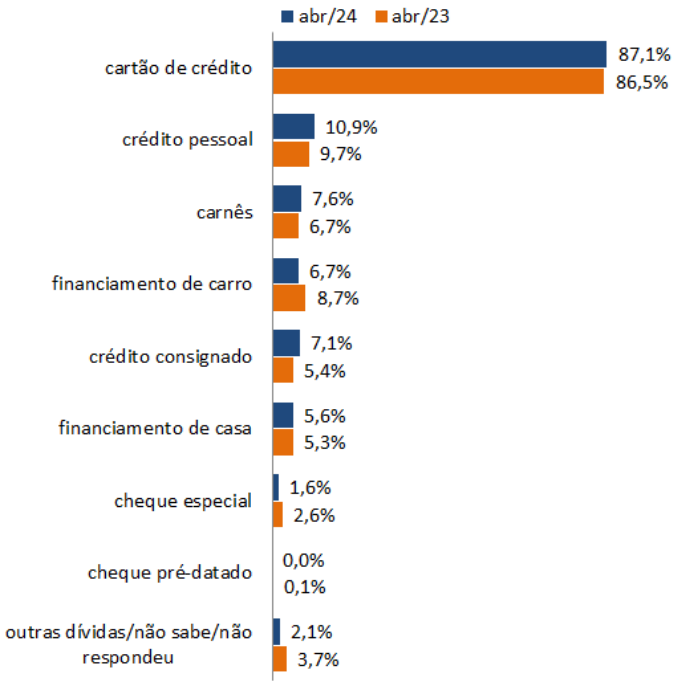
Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Evolução Endividamento e Inadimplência no ES – Abr/23 a Abr/24

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em abril de 2024, 87,1% das famílias tinham o cartão de crédito como principal compromisso financeiro, como vem acontecendo desde 2011, quando esta pesquisa começou a ser divulgada. Crédito pessoal (10,9%) e carnês (7,6%) também apareceram como relevantes.

Tipos de compromissos financeiros – Abr/23 e Abr/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Neste mês, as famílias que assumiram obrigações financeiras comprometeram sua renda pelos próximos 6,6 meses, sendo que tais compromissos representaram 28,9% da renda familiar. Já entre os inadimplentes, o pagamento das dívidas está atrasado há 73,2 dias. A seguir, aspectos do perfil do endividamento das famílias são apresentados:

Comprometimento da renda familiar (%) – Abril 2024

Indicadores	Abr/24	Abr/23
Renda comprometida com dívidas (entre os endividados)	28,9%	28,5%
Em quanto tempo as dívidas deverão ser pagas (entre os endividados)	6,6 meses	6,5 meses
Há quanto tempo as dívidas estão atrasadas (dentre os inadimplentes)	73,2 dias	65 dias

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O perfil do endividamento por faixa de renda mostra que as famílias de renda mais baixa, até 10 salários mínimos (s.m.), são as que se encontram em maior dificuldade para quitar os compromissos e possuem o maior nível de inadimplência. Para essa faixa, a inadimplência mostrou leve alta de 0,3 p.p. em relação ao mês anterior, após seis quedas consecutivas. Para a faixa de renda acima de 10 s.m. a inadimplência também recuou em abril.

Histórico da Inadimplência por faixa de renda familiar – ES – Abr/23 a Abr/24

Indicadores	Abr/23	Mai/23	Jun/23	Jul/23	Ago/23	Set/23	Out/23	Nov/23	Dez/23	Jan/24	Fev/24	Mar/24	Abr/24
Até 10 s.m.	42,5%	42,6%	42,6%	43,7%	45,0%	45,9%	45,5%	44,6%	43,9%	43,2%	41,4%	38,3%	38,6%
Mais de 10 s.m.	5,5%	4,5%	5,0%	7,0%	8,5%	10,0%	9,9%	9,9%	9,9%	9,4%	9,4%	7,9%	6,4%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Endividados e Inadimplentes por faixa de renda familiar – ES – Abr/24

Indicadores	Até 10 s.m.	Mais de 10 s.m.
Famílias endividadas	90,3%	79,7%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	38,6%	6,4%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas já atrasadas	22,7%	3,5%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em abril, 90,3% das famílias capixabas com renda de até 10 s.m. haviam assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), 38,6% estavam com contas em atraso (inadimplência) e 22,7% afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas nos próximos meses. O grupo com renda familiar acima de 10 s.m. teve um endividamento de 79,7% e inadimplência de 6,4%. Nessa faixa de renda, apenas 3,5% das famílias afirmaram que não terão condições de pagar dívidas em atraso nos próximos meses.

No Brasil, o relatório da CNC[1] mostrou que 78,5% das famílias afirmaram ter dívidas a vencer, o que significou um leve aumento de 0,4 p.p. em relação ao mês anterior. O percentual de inadimplentes em abril se manteve em 28,6%.

O que está acontecendo?

O mês de abril foi marcado pela estabilidade dos indicadores, registrando um leve crescimento do endividamento das famílias e mantendo o percentual de inadimplência. O percentual das famílias que afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas em atraso também teve leve recuo. Comportamento semelhante dos indicadores foi registrado para o Brasil, com tímidos recuos ou nenhuma variação em relação ao mês anterior. Em abril, 17 das 27 unidades da federação apresentaram percentual de endividamento acima do resultado nacional (78,5%).

Em abril, 17 das 27 unidades da federação apresentaram percentual de endividamento acima do resultado nacional (78,5%). O Espírito Santo apareceu com o quinto maior nível de endividamento entre os estados brasileiros, ficando atrás do Paraná (90,3%), Roraima (89,3%), Minas Gerais e Rio Grande do Sul (ambos com 89,1%). Já para a inadimplência, 17 unidades da federação ficaram acima da média nacional (28,6%), o maior indicador foi para o Rio Grande do Norte (55,9%) e o indicador capixaba apareceu na oitava posição (33,9%) do ranking. Já para a inadimplência, 17 unidades da federação ficaram acima da média nacional (28,6%), o maior indicador foi para o Rio Grande do Norte (55,9%) e o indicador capixaba apareceu na oitava posição (33,9%) do ranking.

Apesar do alto nível de endividamento, o indicador de inadimplência vinha registrando quedas consecutivas até a estabilidade em abril. Esse é um importante sinalizador da qualidade do endividamento, que se traduz na melhor capacidade de pagamento das obrigações financeiras, seja pelo lado da melhoria da renda, seja pelos ajustes realizados no orçamento familiar. Para os próximos meses, o aquecimento das vendas pode estimular o endividamento, especialmente com o início do período de datas comemorativas significativas, o que exigirá maior atenção ao risco para o aumento na inadimplência. Pesquisa do CNDL/SPC Brasil[2] para o Dia das Mães 2024, por exemplo, chamou atenção para alguns aspectos do comportamento dos consumidores, na qual, cerca de 32% das pessoas que pretendem ir as compras estão com contas em atraso, sendo que 77% estão com nome sujo atualmente. Mais uma vez, o planejamento do orçamento familiar se torna essencial para evitar impactos negativos futuros.

Notas

• Endividamento: consumidores que declararam ter dívidas na família (dívidas com cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, crédito consignado, empréstimo pessoal, prestação de carro e de casa);

• Inadimplência: consumidores com contas ou dívidas atrasadas no mês;

• Não terão condições de pagar dívidas: percentual dos que afirmaram que não terão condições de pagar as contas ou dívidas em atraso no próximo mês.

• Os dados da pesquisa são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às Federações estaduais para a elaboração das análises de seus estados;

• A amostra é de, no mínimo, 500 famílias no fluxo do município de Vitória–ES (exceto pessoas de outros estados);

• Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatistica, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.

• A pesquisa para as Unidades da Federação é dividida em duas faixas de renda: as que possuem renda familiar até dez salários mínimos e as que possuem renda acima de dez salários mínimos;

• Essa pesquisa possui um mês de defasagem.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro l Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato l Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel l Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto l Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

[1]https://portaldocomercio.org.br/publicacoes_posts/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-abril-de-[2024]/

[2]https://site.cndl.org.br/dia-das-maes-deve-movimentar-[4021]-bilhoes-de-reais-no-varejo-[78]-dos-consumidores-pretendem-presentear-mostra-pesquisa-cndlspc-brasil/

Relatório: Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor - PEIC
Relatório Connect publicado em 13.06.2024
Pesquisa divulgada pela CNC em 10.06.2024
Dados coletados pela CNC, relativos a maio de 2024

INADIMPLÊNCIA DAS FAMÍLIAS CRESCEU NO ESPÍRITO SANTO EM MAIO

Após seis meses de queda e estabilidade em abril

Elaborado por: Ana Carolina Júlio, Revieni C. Zanotelli

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (PEIC) reflete a dimensão dos compromissos financeiros (endividamento) e a capacidade de pagamento (inadimplência) e o comprometimento da renda das famílias do Espírito Santo. A análise desses indicadores possui impactos diretos no consumo futuro.

Resultados

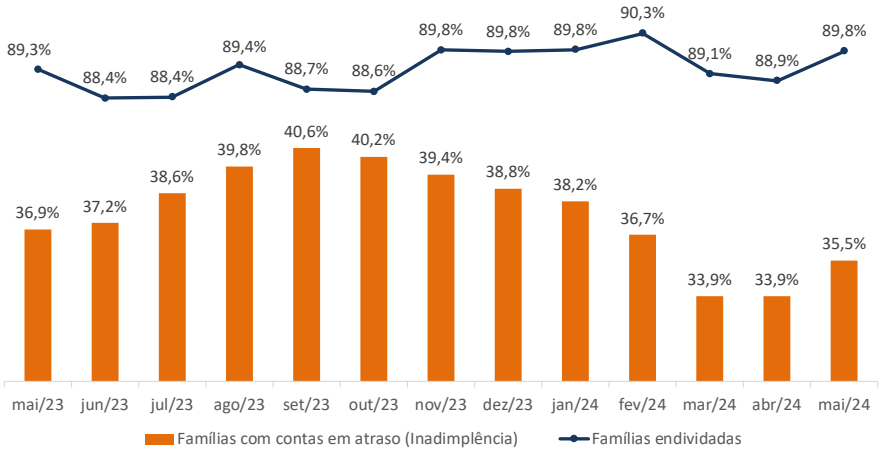
Em maio de 2024, 89,8% das famílias capixabas afirmaram ter assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), mostrando uma alta de 0,9 pontos percentuais (p.p.) em relação ao mês anterior. A inadimplência passou de 33,9% para 35,5% das famílias com contas em atraso, mostrando alta de 1,6 p.p. em relação ao mês anterior, invertendo a curva de queda após seis meses e estabilidade em abril. Já o indicador das famílias que afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas em atraso no próximo mês foi a 19,9%.

Endividamento e Inadimplência no ES – Maio/24

Indicadores	Últimos três meses			Mesmo mês do ano anterior
	Mar/24	Abr/24	Mai/24	Mai/23
Famílias com compromissos financeiros (Endividamento)	89,1%	88,9%	89,8%	89,3%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	33,9%	33,9%	35,5%	36,9%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas em atraso	20,1%	19,7%	19,9%	20,2%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

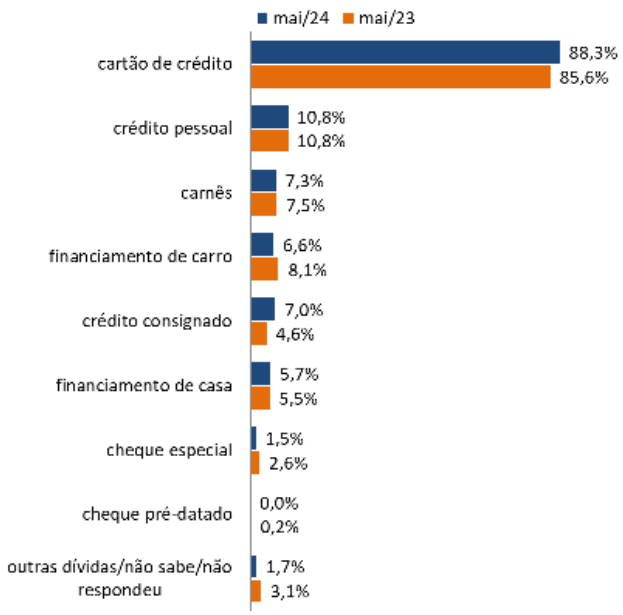
Evolução Endividamento e Inadimplência no ES
Mai/23 a Mai/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em maio de 2024, 88,3% das famílias tinham o cartão de crédito como principal compromisso financeiro, como vem acontecendo desde 2011, quando esta pesquisa começou a ser divulgada. Crédito pessoal (10,8%) e carnês (7,3%) também apareceram como relevantes.

Tipos de compromissos financeiros – Mai/23 e Mai/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Neste mês, as famílias que assumiram obrigações financeiras comprometeram sua renda pelos próximos 6,5 meses, sendo que tais compromissos representaram 29,2% da renda familiar. Já entre os inadimplentes, o pagamento das dívidas está atrasado há 73,2 dias. A seguir, aspectos do perfil do endividamento das famílias são apresentados.

Comprometimento da renda familiar (%) – Maio 2024

Indicadores	Abr/24	Abr/23
Renda comprometida com dívidas (entre os endividados)	29,2%	28,9%
Em quanto tempo as dívidas deverão ser pagas (entre os endividados)	6,5 meses	6,6 meses
Há quanto tempo as dívidas estão atrasadas (dentre os inadimplentes)	73,2 dias	66 dias

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O perfil do endividamento por faixa de renda mostra que as famílias de renda mais baixa, até 10 salários mínimos (s.m.), são as que se encontram em maior dificuldade para quitar os compromissos e possuem o maior nível de inadimplência. Para essa faixa, a inadimplência mostrou alta de 2,0 p.p. em relação ao mês anterior, após seis quedas consecutivas. Para a faixa de renda acima de 10 s.m. a inadimplência recuou em maio.

Histórico da Inadimplência por faixa de renda familiar – ES – Mai/23 a Mai/24

Indicadores	Mai/23	Jun/23	Jul/23	Ago/23	Set/23	Out/23	Nov/23	Dez/23	Jan/24	Fev/24	Mar/24	Abr/24	Mai/24
Até 10 s.m.	42,6%	42,6%	43,7%	45,0%	45,9%	45,5%	44,6%	43,9%	43,2%	41,4%	38,3%	38,6%	40,6%
Mais de 10 s.m.	4,5%	5,0%	7,0%	8,5%	10,0%	9,9%	9,9%	9,9%	9,4%	9,4%	7,9%	6,4%	5,9%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Endividados e Inadimplentes por faixa de renda familiar – ES – Mai/24

Indicadores	Até 10 s.m.	Mais de 10 s.m.
Famílias endividadas	91,2%	80,7%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	40,6%	5,9%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas já atrasadas	23,7%	2,5%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em maio, 91,2% das famílias capixabas com renda de até 10 s.m. haviam assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), 40,6% estavam com contas em atraso (inadimplência) e 23,7% afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas nos próximos meses. O grupo com renda familiar acima de 10 s.m. teve um endividamento de 80,7% e inadimplência de 5,9%. Nessa faixa de renda, apenas 2,5% das famílias afirmaram que não terão condições de pagar dívidas em atraso nos próximos meses.

No Brasil, o relatório da **CNC**[1] mostrou que 78,8% das famílias afirmaram ter dívidas a vencer, o que significou um leve aumento de 0,3 p.p. em relação ao mês anterior. O percentual de inadimplentes em maio se manteve em 28,6%.

Connect Fecomércio ES

Relatório: Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor - PEIC
Relatório Connect publicado em 13.06.2024
Pesquisa divulgada pela CNC em 10.06.2024
Dados coletados pela CNC, relativos a maio de 2024

O que está acontecendo?

Após a estabilidade em abril, o mês de maio foi marcado pela alta da inadimplência no Espírito Santo, indicador que reflete a qualidade do endividamento. O percentual de famílias com compromissos financeiros (endividamento) também mostrou aumento em relação ao mês anterior, assim como o percentual das famílias que afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas em atraso.

Esse comportamento pode ter sido reflexo do retorno dos consumidores às compras, principalmente numa data como o Dia das Mães, na qual os consumidores assumiram um maior endividamento para presentear, porém o aumento do consumo foi acompanhado por mais inadimplência.

Esse comportamento era esperado, já que 32% das pessoas que foram às compras para a data afirmaram estar com contas em atraso, sendo que 77% estavam com nome sujo atualmente, como foi apontado na pesquisa do **CNDL/SPC²** Brasil como tendência para o Dia das Mães.

No Espírito Santo, o endividamento já estava entre um dos maiores do país, nesse contexto, o risco de inadimplência é majorado.Em maio, 16 das 27 unidades da federação apresentaram percentual de endividamento acima do resultado nacional (78,8%). O Espírito Santo apareceu com o segundo maior nível de endividamento entre os estados brasileiros, ficando atrás de Roraima (89,9%).

Já para a inadimplência, 17 unidades da federação ficaram acima da média nacional (28,6%), o maior indicador foi para o Rio Grande do Norte (53,8%) e o indicador capixaba apareceu na sétima posição (35,5%) do ranking. O indicador de inadimplência para o Brasil permaneceu estável em relação ao mês anterior, com aumento do endividamento.

Para os próximos meses, a atenção se volta ao risco para alta na inadimplência com a chegada do segundo semestre e temporada de aumento de compras. Embora aspectos de renda e emprego estarem positivos, o planejamento financeiro e o acúmulo de parcelas de cartão de crédito, continuam sendo desafios para evitar impactos negativos no orçamento e inviabilizar o consumo futuro.

Como fugir da inadimplência? Dicas essenciais do SPC Brasil

Como fugir da inadimplência? Dicas essenciais do SPC Brasil³
Apesar de parecer difícil, fugir dessa situação financeira vai ficar muito simples depois dessas dicas que reunimos para você. Confira algumas:

Pague suas contas em dia
Essa é a dica mais simples de todas, mas sabemos que pode ser complicado lembrar de tudo. Uma das chaves é ativar alertas que te ajudem a evitar atrasos.

Faça o controle financeiro
Você pode escolher utilizar uma planilha, um aplicativo de organização financeira ou um mural na sua casa, caso seja mais fácil. O importante é conseguir visualizar e controlar as dívidas.

Monte uma reserva de emergência
Essa é uma dica que vai muito além de ajudar a evitar a evitá-la: uma reserva de emergência te dá segurança para passar por diferentes etapas da vida, do ano e das finanças.

Corte gastos desnecessários
Uma dica muito simples, mas valiosa. Cortar os gastos desnecessários pode parecer indiferente no começo, já que eles costumam ser gastos pequenos, mas em grande volume. O importante é que, com o passar do tempo, além de ficar mais longe da inadimplência, você perceberá que está economizando bastante.
Corte gastos desnecessários

Notas

• Endividamento: consumidores que declararam ter dívidas na família (dívidas com cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, crédito consignado, empréstimo pessoal, prestação de carro e de casa);

• Inadimplência: consumidores com contas ou dívidas atrasadas no mês;

• Não terão condições de pagar dívidas: percentual dos que afirmaram que não terão condições de pagar as contas ou dívidas em atraso no próximo mês.

• Os dados da pesquisa são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às Federações estaduais para a elaboração das análises de seus estados;

• A amostra é de, no mínimo, 500 famílias no fluxo do município de Vitória–ES (exceto pessoas de outros estados);

• Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.

• A pesquisa para as Unidades da Federação é dividida em duas faixas de renda: as que possuem renda familiar até dez salários mínimos e as que possuem renda acima de dez salários mínimos;

• Essa pesquisa possui um mês de defasagem.

[1] 8 de Março: cai inadimplência entre as mulheres. CNC Brasil. Fevereiro, 2024.
[2] Relatório Connect Taxa de Desemprego 2023. Fevereiro, 2024.
[3] Sistema CNDL Brasil e SPC Brasil.
https://site.cndl.org.br/27-dos-consumidores-usaram-nome-de-outras-pessoas-emprestado-para-fazer-compras-aponta-cndlspc-brasil/ . Janeiro, 2024.

[1]https://portaldocomercio.org.br/publicacoes_posts/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-maio-de-2024/
[2] https://site.cndl.org.br/dia-das-maes-deve-movimentar-4021-bilhoes-de-reais-no-varejo-78-dos-consumidores-pretendem-presentear-mostra-pesquisa-cndlspc-brasil/

[3] https://www.spcbrasil.org.br/blog/inadimplencia

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

INADIMPLÊNCIA DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS CRESCE PELO SEGUNDO MÊS CONSECUTIVO

No entanto, em relação ao mesmo mês do ano passado ficou menor

Elaborado por: Ana Carolina Júlio, Revieni C. Zanotelli

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (PEIC) reflete a dimensão dos compromissos financeiros (endividamento) e a capacidade de pagamento (inadimplência) e o comprometimento da renda das famílias do Espírito Santo. A análise desses indicadores possui impactos diretos no consumo futuro.

Resultados

Em junho de 2024, 90,6% das famílias capixabas afirmaram ter assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), mostrando uma alta de 0,8 pontos percentuais (p.p.) em relação a maio. A inadimplência passou de 35,5% para 36,3% das famílias com contas em atraso, mostrando alta de 0,8 p.p. em relação ao mês anterior, representando a segunda alta consecutiva. Já o indicador das famílias que afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas em atraso no próximo mês foi para 19,3%. Em relação a junho de 2023, o mesmo mês em 2024 apresentou um endividamento maior, porém uma inadimplência 0,9 p.p. menor.

Endividamento e Inadimplência no ES – Junho/24

Indicadores	Últimos três meses			Mesmo mês do ano anterior
	Abr/24	Mai/24	Jun/24	Jun/23
Famílias com compromissos financeiros (Endividamento)	88,9%	89,8%	90,6%	88,4%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	33,9%	35,5%	36,3%	37,2%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas em atraso	19,7%	19,9%	19,3%	20,8%

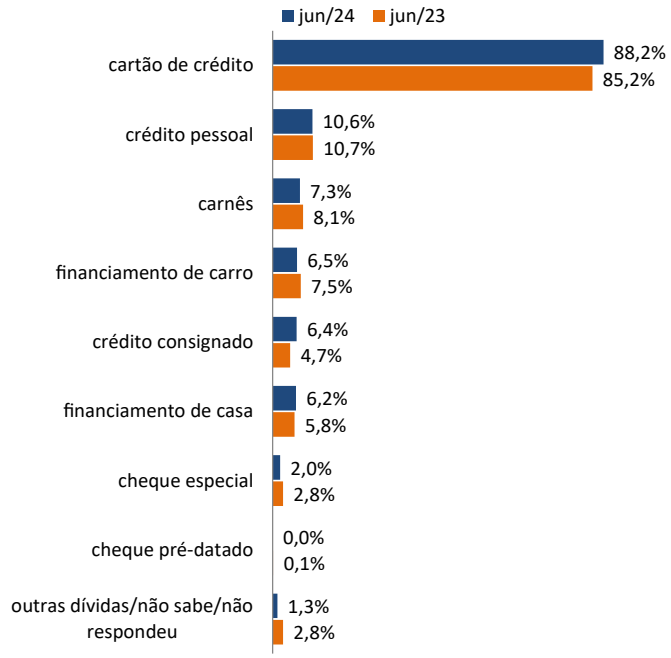
Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Evolução do Endividamento e Inadimplência no ES – Jan/23 a Jun/24

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em junho de 2024, 88,2% das famílias tinham o cartão de crédito como principal compromisso financeiro, como vem acontecendo desde 2011, quando esta pesquisa começou a ser divulgada. Crédito pessoal (10,6%) e carnês (7,3%) apareceram em seguida.

Tipos de compromissos financeiros – Jun/23 e Jun/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Neste mês, as famílias que assumiram obrigações financeiras comprometeram sua renda pelos próximos 6,5 meses, sendo que tais compromissos representaram 29,1% da renda familiar. Já entre os inadimplentes, o pagamento das dívidas está atrasado há 72,8 dias. A seguir, aspectos do perfil do endividamento das famílias são apresentados:

Comprometimento da renda familiar (%) – Junho 2024

Indicadores	Jun/24	Jun/23
Renda comprometida com dívidas (entre os endividados)	29,1%	29,1%
Em quanto tempo as dívidas deverão ser pagas (entre os endividados)	6,5 meses	6,8 meses
Há quanto tempo as dívidas estão atrasadas (dentre os inadimplentes)	72,8 dias	68,7 dias

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O perfil do endividamento por faixa de renda mostra que as famílias de renda mais baixa, até 10 salários mínimos (s.m.), são as que se encontram em maior dificuldade para quitar os compromissos e possuem o maior nível de inadimplência. Para essa faixa, a inadimplência mostrou alta de 2,0 p.p. em relação ao mês anterior, após seis quedas consecutivas. Para a faixa de renda acima de 10 s.m. a inadimplência recuou em maio.

Histórico da Inadimplência por faixa de renda familiar – ES – Jun/23 a Jun/24

Indicadores	Jun/23	Jul/23	Ago/23	Set/23	Out/23	Nov/23	Dez/23	Jan/24	Fev/24	Mar/24	Abr/24	Mai/24	Jun/24
Até 10 s.m.	42,6%	43,7%	45,0%	45,9%	45,5%	44,6%	43,9%	43,2%	41,4%	38,3%	38,6%	40,6%	41,3%
Mais de 10 s.m.	5,0%	7,0%	8,5%	10,0%	9,9%	9,9%	9,9%	9,4%	9,4%	7,9%	6,4%	5,9%	6,9%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Endividados e Inadimplentes por faixa de renda familiar – ES – Jun/24

Indicadores	Até 10 s.m.	Mais de 10 s.m.
Famílias endividadas	91,9%	81,7%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	41,3%	6,9%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas já atrasadas	23,1%	2,5%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em junho, 91,9% das famílias capixabas com renda de até 10 s.m. haviam assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), 41,3% estavam com contas em atraso (inadimplência) e 23,1% afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas nos próximos meses. O grupo com renda familiar acima de 10 s.m. teve um endividamento de 81,7% e inadimplência de 6,9%. Nessa faixa de renda, apenas 2,5% das famílias afirmaram que não terão condições de pagar dívidas em atraso nos próximos meses.

No Brasil, o relatório da CNC[1] mostrou que 78,8% das famílias afirmaram ter dívidas a vencer, ficando estável em relação ao mês anterior. O percentual de inadimplentes em junho obteve leve alta de 0,2 pontos percentuais, passando a 28,8%. O percentual de famílias que não terão condições de pagar dívidas já atrasadas ficou estável em 12%.

O que está acontecendo?

O mês de junho foi marcado pela segunda alta consecutiva da inadimplência das famílias do Espírito Santo. O percentual das que possuem compromissos financeiros (endividamento) também registrou aumento em relação a maio. Já aquelas famílias que afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas em atraso mostrou queda de 0,6 pontos percentuais. Ressalta-se, ainda, que as duas faixas de renda das famílias aumentaram a inadimplência no mês de junho.

Levantamento do SPC Brasil[2] sobre a inadimplência no Espírito Santo mostrou que em relação a faixa etária do devedor, o número de devedores com participação mais expressiva em junho foi da faixa de 30 a 39 anos (24,9%), resultando em uma idade média de 45 anos. A participação dos devedores por sexo ficou bem distribuída, sendo 50,6% mulheres e 49,4% homens.

Esse comportamento do consumidor em junho pode ter sido reflexo das compras em datas comemorativas como o Dia das Mães, em maio, e o Dia dos Namorados, em junho, na qual as pessoas não deixam de presentear mesmo com um orçamento mais apertado. Esses dois momentos importantes e em meses seguidos para as vendas do comércio, acompanhados pelo aumento dos indicadores, eram esperados pois é de conhecimento que uma parcela dos consumidores não se programa financeiramente de forma adequada para essas ocasiões. Para o Dia dos Namorados, por exemplo, 32% das pessoas foram às compras mesmo com contas em atraso, sendo que 68% estavam com nome sujo. Os dados da CNDL/SPC Brasil[3] revelaram, ainda, que 29% reconheceram gastar mais do que podem na compra de presentes para o parceiro.

Outro ponto de atenção é com a inflação, que em junho na Grande Vitória[4] foi registrada uma desaceleração em relação a maio. No entanto, com o maior impacto pelo segundo mês consecutivo para o grupo de alimentação e bebidas (sendo +1,76%, maior que a inflação geral de +0,05%). Esse afeta diretamente a configuração de consumo das pessoas, já que é um grupo de produtos essenciais.

Com um cenário de alta nos preços por um período mais prolongado, a vida financeira logo começa a sentir os efeitos, que são a diminuição do poder de compra e da capacidade de pagamento das dívidas.

O maior indicador foi de Minas Gerais (53,2%) e o indicador capixaba apareceu na oitava posição (36,3%) do ranking. **Para os próximos meses, a manutenção do índice de endividamento em níveis altos gera certa preocupação com inadimplência futura, o que reforça a ideia da busca por um melhor planejamento financeiro das famílias, já que um possível descontrole pode gerar um desafio para o consumo futuro**. Nesse contexto, o mercado de trabalho positivo tem sido essencial para a manutenção do consumo, no entanto, deve-se dar atenção a dificuldade das famílias em honrar os compromissos, principalmente os que já estão enrolados há mais tempo. Em junho, 16 das 27 unidades da federação apresentaram percentual de endividamento acima do resultado nacional (78,8%). **O Espírito Santo apareceu com o maior nível de endividamento entre os estados brasileiros, marcando 90,6%**. Para a inadimplência, também foram 16 as unidades da federação que ficaram acima da média nacional de 28,8%.

TEDÊNCIAS:
APPs para gestão das finanças pessoais

Não é de hoje que os aplicativos vêm sendo utilizados para as mais diversas situações no dia a dia das pessoas. Para o controle financeiro da família, não é diferente. Essas ferramentas não são novas, mas a utilização pelas pessoas parece ainda incipiente. Ter um aplicativo de finanças pode ser muito útil para manter as contas em dia, controlar despesas, simular empréstimos e entender melhor seu próprio perfil de gastos.

Através de diversas funcionalidades eles podem ser um auxílio importante para registrar, consultar e gerenciar informações sobre as finanças pessoais.Não é de hoje que os aplicativos vêm sendo utilizados para as mais diversas situações no dia a dia das pessoas. Para o controle financeiro da família, não é diferente. Essas ferramentas não são novas, mas a utilização pelas pessoas parece ainda incipiente. Ter um aplicativo de finanças pode ser muito útil para manter as contas em dia, controlar despesas, simular empréstimos e entender melhor seu próprio perfil de gastos. Através de diversas funcionalidades eles podem ser um auxílio importante para registrar, consultar e gerenciar informações sobre as finanças pessoais.
Dados levantados em uma pesquisa conduzida pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)[5] avaliou hábitos de gestão das finanças pessoais dos jovens com idades entre 18 e 24 anos.

O estudo revelou que a maioria desse grupo tem alguma fonte de renda e ajudam nas despesas de casa, mas, apesar da conectividade, usam papel para organizar o orçamento. Assim, se o público mais conectado possui dificuldades de adesão, o hábito de utilização de aplicativos de finanças se torna ainda mais raro para os demais públicos.

O uso da tecnologia para a administração da vida financeira e controlar gastos com a disponibilidade de opções e facilidades de acesso aos meios de pagamento pode ser até essencial. Hoje, uma pessoa pode possuir vários cartões de crédito, ter mais de uma conta bancária, além dos boletos mensais e de registros de movimentações financeiras diárias no pix, por exemplo.
Dessa forma, além do tradicional "caderninho" e planilhas de excel, atualmente é possível contar com aplicativos de controle financeiro, que possuem versões gratuitas e pagas, sendo ótimos aliados para quem quer ter mais organização sobre as suas finanças. Essas ferramentas podem auxiliar no equilíbrio dos gastos das famílias e, como resultado, promover a redução da inadimplência.

São exemplos de Apps gratuitos: Aplicativo Serasa, Organizze e Mobills. Maiores informações, consultar: https://www.serasa.com.br/blog/aplicativo-para-controle-financeiro-confira/.

Notas

- Endividamento: consumidores que declararam ter dívidas na família (dívidas com cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, crédito consignado, empréstimo pessoal, prestação de carro e de casa);
- Inadimplência: consumidores com contas ou dívidas atrasadas no mês;
- Não terão condições de pagar dívidas: percentual dos que afirmaram que não terão condições de pagar as contas ou dívidas em atraso no próximo mês.
- Os dados da pesquisa são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às Federações estaduais para a elaboração das análises de seus estados;
- A amostra é de, no mínimo, 500 famílias no fluxo do município de Vitória–ES (exceto pessoas de outros estados);
- Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
- A pesquisa para as Unidades da Federação é dividida em duas faixas de renda: as que possuem renda familiar até dez salários mínimos e as que possuem renda acima de dez salários mínimos;
- Essa pesquisa possui um mês de defasagem.

[1] https://portaldocomercio.org.br/economia/endividamento-das-familias-se-mantem-estavel-em-junho/
[2] www.spcbrasil.org.br
[3] https://site.cndl.org.br/dia-dos-namorados-deve-movimentar-r-23- bilhoes-no-comercio-aponta-pesquisa-cndl-spc-brasil
[4] https://www.ibge.gov.br/
[5] https://cndl.org.br/politicaspublicas/47-dos-jovens-da-geracao-z-nao-realizam-o-controle-das-financas-aponta-pesquisa-cndl-spc-brasil/

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro I **Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato I **Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel I **Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa I **Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto I **Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral I Tel.: 3205-0706 I www.fecomercio-es.com.br

INADIMPLÊNCIA DAS FAMÍLIAS CAIU EM JULHO NO ESPÍRITO SANTO APÓS DUAS ALTAS CONSECUTIVAS

A faixa de renda abaixo de dez salários mínimos foi a responsável pela queda na inadimplência no mês

Elaborado por: Ana Carolina Júlio, Revieni C. Zanotelli

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (PEIC) reflete a dimensão dos compromissos financeiros (endividamento) e a capacidade de pagamento (inadimplência) e o comprometimento da renda das famílias do Espírito Santo. A análise desses indicadores possui impactos diretos no consumo futuro.

Resultados

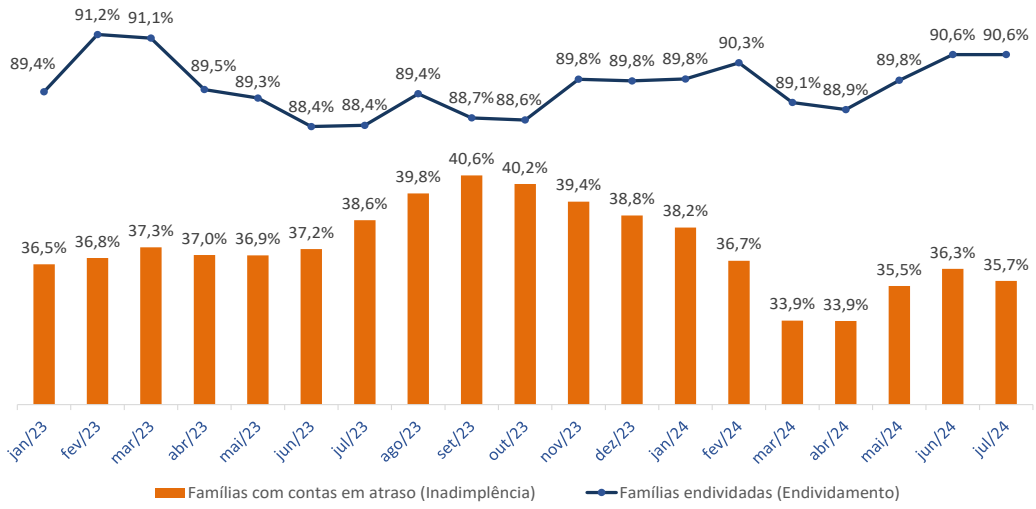
Em julho de 2024, 90,6% das famílias capixabas afirmaram ter assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), mantendo o mesmo percentual em relação a junho. Já a inadimplência passou de 36,3% para 35,7% das famílias com contas em atraso, mostrando queda de 0,6 p.p. em relação ao mês anterior. O indicador das famílias que afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas em atraso no próximo mês foi para 18,6%. Em relação a julho de 2023, o mesmo mês em 2024 apresentou um endividamento menor, porém uma inadimplência 2,9 p.p. maior.

Endividamento e Inadimplência no ES – Julho/24

Indicadores	Últimos três meses			Mesmo mês do ano anterior
	Mai/24	Jun/24	Jul/24	Jul/23
Famílias com compromissos financeiros (Endividamento)	89,8%	90,6%	90,6%	88,4%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	35,5%	36,3%	35,7%	38,6%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas em atraso	19,9%	19,3%	18,6%	21,7%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

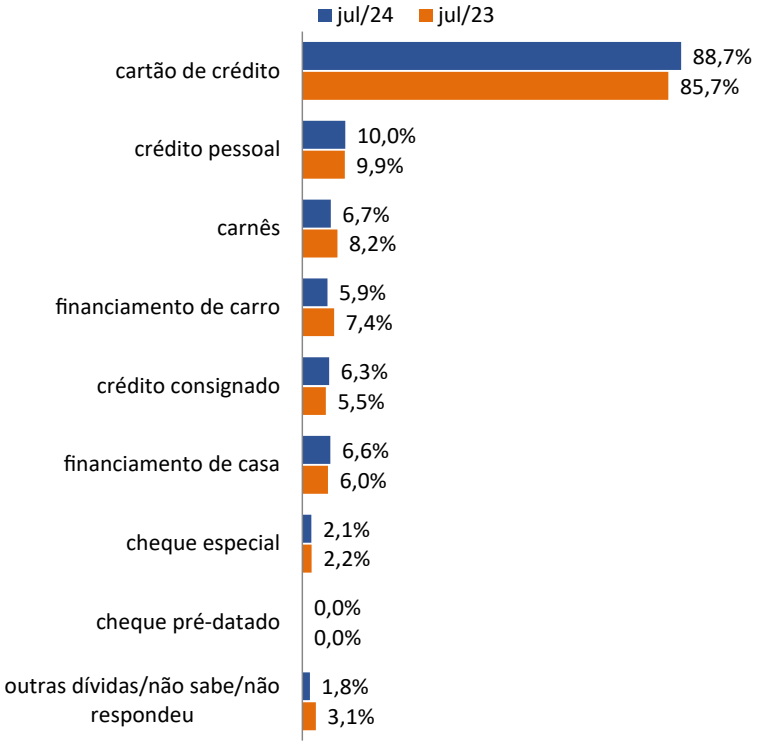
Evolução do Endividamento e Inadimplência no ES – Jul/23 a Jul/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em julho de 2024, 88,7% das famílias tinham o cartão de crédito como principal compromisso financeiro. A grande maioria das famílias possuem dívidas com cartão de crédito, como vem acontecendo desde 2011, quando a pesquisa começou a ser divulgada. Crédito pessoal (10,0%) e carnês (6,7%) apareceram em seguida.

Tipos de compromissos financeiros – Jul/23 e Jul/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Neste mês, as famílias que assumiram obrigações financeiras comprometeram sua renda pelos próximos 6,5 meses, sendo que tais compromissos representaram 28,4% da renda familiar. Entre os inadimplentes, o pagamento das dívidas está atrasado há 71,9 dias. A seguir, aspectos do perfil do endividamento das famílias são apresentados:

Comprometimento da renda familiar (%) – Julho 2024

Indicadores	Jul/24	Jul/23
Renda comprometida com dívidas (entre os endividados)	28,4%	29,4%
Em quanto tempo as dívidas deverão ser pagas (entre os endividados)	6,5 meses	6,9 meses
Há quanto tempo as dívidas estão atrasadas (dentre os inadimplentes)	71,9 dias	69,6 dias

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O perfil do endividamento por faixa de renda mostra que as famílias de renda mais baixa, até 10 salários mínimos (s.m.), são as que se encontram em maior dificuldade para quitar os compromissos e possuem o maior nível de inadimplência. No entanto, para essa faixa, a inadimplência mostrou queda de 0,7 p.p. em relação ao mês anterior. Já para a faixa de renda acima de 10 s.m. a inadimplência subiu 0,5 p.p. em julho.

Histórico da Inadimplência por faixa de renda familiar – ES – Jul/23 a Jul/24

Indicadores	Jul/23	Ago/23	Set/23	Out/23	Nov/23	Dez/23	Jan/24	Fev/24	Mar/24	Abr/24	Mai/24	Jun/24	Jul/24
Até 10 s.m.	43,7%	45,0%	45,9%	45,5%	44,6%	43,9%	43,2%	41,4%	38,3%	38,6%	40,6%	41,3%	40,6%
Mais de 10 s.m.	7,0%	8,5%	10,0%	9,9%	9,9%	9,9%	9,4%	9,4%	7,9%	6,4%	5,9%	6,9%	7,4%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Endividados e Inadimplentes por faixa de renda familiar – ES – Jun/24

Indicadores	Até 10 s.m.	Mais de 10 s.m.
Famílias endividadas	91,9%	81,7%
Famílias com contas em atraso (Inadimplência)	40,6%	7,4%
Famílias que não terão condições de pagar dívidas já atrasadas	22,3%	2,5%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em resumo, em julho de 2024, 91,9% das famílias capixabas com renda de até 10 s.m. haviam assumido algum tipo de compromisso financeiro (endividamento), 40,6% estavam com contas em atraso (inadimplência) e 22,3% afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas nos próximos meses. O grupo com renda familiar acima de 10 s.m. teve um endividamento de 81,7% e inadimplência de 7,4%. Nessa faixa de renda, apenas 2,5% das famílias afirmaram que não terão condições de pagar dívidas em atraso nos próximos meses.

No Brasil, o relatório da CNC[1] mostrou que 78,5% das famílias afirmaram ter dívidas a vencer em julho de 2024, ficando 0,3 p.p. menor que em relação ao mês anterior. O percentual de inadimplentes ficou estável em 28,8%. As famílias que não terão condições de pagar as dívidas nos próximos meses ficou em 11,9%.

O que está acontecendo?

Depois de duas altas consecutivas em maio e junho, meses mais intensos de compras devido às datas comemorativas (Dia das Mães e Dia dos Namorados), a inadimplência das famílias do Espírito Santo registrou queda em julho, passando de 36,3% para 35,7%. O percentual daquelas que possuem compromissos financeiros (endividamento) ficou estável em relação ao mês anterior, em 90,6%. Aquelas famílias que afirmaram que não terão condições de pagar suas dívidas em atraso mostrou queda de 0,7 pontos percentuais. Observou-se, ainda que a faixa de renda abaixo de dez salários mínimos foi a responsável pela queda na inadimplência no mês, já que para as famílias com renda acima de dez salários mínimos o indicador obteve alta.

No Brasil, o endividamento recuou de 0,3 p.p. passando a 78,5% de brasileiros endividados. A inadimplência do país ficou estável em relação ao mês anterior, em 28,8%. Em julho, 15 das 27 unidades da federação apresentaram percentual de endividamento acima do resultado nacional (78,5%). O Espírito Santo apareceu com o segundo maior nível de endividamento entre os estados brasileiros, marcando 90,6%. Para a inadimplência, foram 16 as unidades da federação que ficaram acima da média nacional de 28,8%. O maior indicador foi de Minas Gerais (54,0%) e o indicador capixaba apareceu na décima posição (35,7%) do ranking.

Para os próximos meses, o índice de endividamento ainda se encontra em níveis altos no Espírito Santo, gerando um ponto de atenção para a inadimplência futura em um momento em que o comércio se prepara para o período do ano mais aquecido para as vendas. Por outro lado, a queda da inadimplência no mês juntamente com o recuo da parcela da renda das famílias comprometida com dívidas sinaliza que até o momento não houve deterioração das condições financeiras do consumidor.

TENDÊNCIAS

Levantamento do CNDL/SPC² Brasil sobre controle de orçamento e inadimplência dos brasileiros mostrou que 35% das pessoas inadimplentes ainda não fazem controle das contas e dos gastos. As principais razões da falta de controle orçamentário citadas pelos inadimplentes são: já ter feito e não achar que ajudou (18%), não ter disciplina para controle dos gastos (15%), falta de tempo (15%), acreditar que apenas a conta de cabeça funciona (15%) e não saber fazer (13%). Em relação à educação financeira, 42% dos inadimplentes consideram seu conhecimento sobre administração do orçamento regular, 40% ótimo ou bom e 17% ruim ou péssimo.

De acordo com a pesquisa, mais da metade dos inadimplentes (53%) admitem que gastam mais dinheiro do que o orçamento permite, enquanto 46% quase sempre cedem aos seus impulsos quando querem muito comprar algo e 40% se endividaram porque o prazer de comprar é maior do que seu controle financeiro.

Outro dado que chama a atenção nesse levantamento diz respeito à relação das emoções dos consumidores com o ato de comprar, uma vez que 38% afirmam que algumas vezes acabam fazendo compras não planejadas para se sentirem melhores e se valorizar e 35% admitem que navegar nas redes sociais com frequência os fazem comprar sem pensar se terão condições de pagar.

Dessa forma, não é de hoje que o uso da tecnologia está inserido no dia a dia das pessoas, no entanto, a utilização dessas ferramentas de controle financeiro ainda é baixa. Ter um aplicativo de finanças pode ser muito útil para manter as contas em dia, controlar despesas, simular empréstimos e entender melhor seu próprio perfil de gastos.

Atualmente, uma pessoa pode possuir vários cartões de crédito, ter mais de uma conta bancária, além dos boletos mensais e de registros de movimentações financeiras diárias no pix, por exemplo, o que torna mais complexa a gestão do orçamento familiar. Soma-se a isso as situações pelas quais a pesquisa apontou, como as compras por impulso e fora do orçamento, além de gastos de emergência, mostrando que o controle das finanças pessoais se torna ainda mais essencial.

Notas

- Endividamento: consumidores que declararam ter dívidas na família (dívidas com cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, crédito consignado, empréstimo pessoal, prestação de carro e de casa);
- Inadimplência: consumidores com contas ou dívidas atrasadas no mês;
- Não terão condições de pagar dívidas: percentual dos que afirmaram que não terão condições de pagar as contas ou dívidas em atraso no próximo mês.
- Os dados da pesquisa são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às Federações estaduais para a elaboração das análises de seus estados;
- A amostra é de, no mínimo, 500 famílias no fluxo do município de Vitória–ES (exceto pessoas de outros estados);
- Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
- A pesquisa para as Unidades da Federação é dividida em duas faixas de renda: as que possuem renda familiar até dez salários mínimos e as que possuem renda acima de dez salários mínimos;
- Essa pesquisa possui um mês de defasagem.

[1]https://portaldocomercio.org.br/economia/endividamento-cai-pela-primeira-vez-desde-fevereiro/
[2]https://site.cndl.org.br/35-dos-inadimplentes-nao-fazem-controle-das-contas-e-dos-gastos-revela-pesquisa-cndlspc-brasil-2/

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **I Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **I Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **I Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **I Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **I Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral I Tel.: 3205-0706 I www.fecomercio-es.com.br

Inadimplência das Famílias Capixabas Segue em Queda e o Nível de Endividamento se Estabiliza

Elaborado por: Ana Carolina Júlio e Gercione Dionizio

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) apresenta o perfil do compromisso financeiro e a capacidade de pagamento das famílias capixabas. Sua análise permite entender quais os impactos do endividamento e da inadimplência no consumo futuro destas famí-

Resultados

O número de famílias capixabas com contas atrasadas (inadimplentes) continua caindo. Em agosto, apenas 35% das famílias estavam com contas atrasadas, uma melhora em relação ao mês de julho (35,7%) e a janeiro (38,2%). Já as famílias com menor renda (que ganham até 10 salários-mínimos) apresentaram uma redução de 3,5 pontos percentuais (pp) nas dívidas atrasadas em agosto (39,7%), em comparação com janeiro (43,2%), enquanto as famílias mais ricas (renda superior a 10 salários-mínimos) tiveram uma queda menor, de 2 pontos percentuais, de agosto (7,4%) para janeiro (9,4%).

Inadimplência e Expectativa de Pagamento de Dívidas

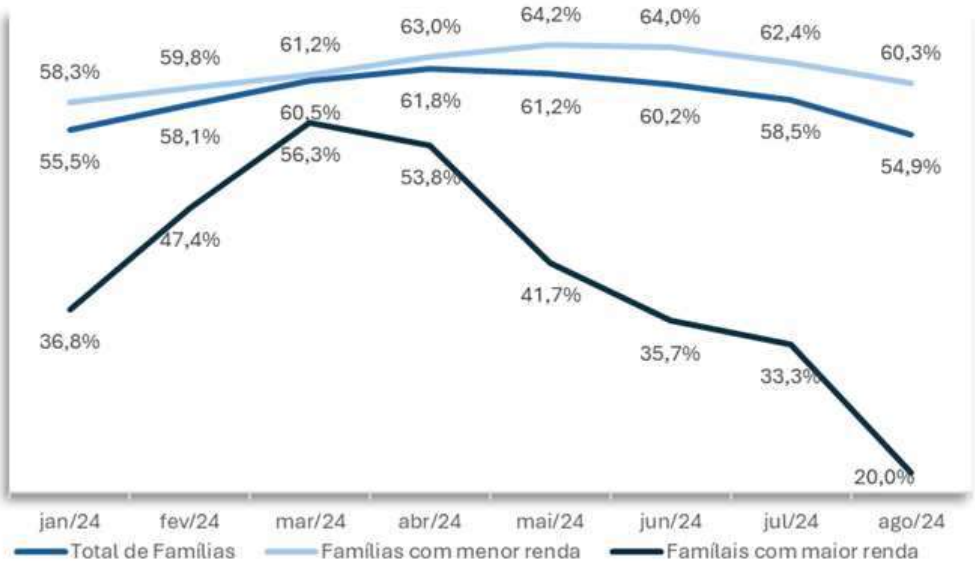
	Ago/2024	Jul/2024	Jan/2024
Inadimplência			
Total de famílias	**35,0%**	**35,7%**	**38,2%**
Famílias com menor renda	39,7%	40,6%	43,2%
Famílias com maior renda	7,4%	7,4%	9,4%
Expectativa de pagamento da dívida (parcial e integral)			
Total de famílias	44,9%	47,8%	44,3%
Famílias com menor renda	41,6%	45,0%	41,4%
Famílias com maior renda	66,7%	66,7%	63,2%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Apesar da redução da inadimplência das famílias capixabas, o número de famílias que esperavam pagar suas dívidas, parcial ou integralmente caiu em agosto (44,9%) em relação julho (47,8%). Essa queda foi puxada principalmente por uma redução na expectativa de pagamento das dívidas em atraso das famílias com menor renda. Em julho, 45% dessas famílias esperavam pagar integral ou parcialmente suas dívidas em atraso, já em agosto o percentual foi de 41,6%. Por outro lado, houve um aumento no número das famílias com maior renda que esperam pagar integralmente suas dívidas de julho (33,3%) para agosto (40,0%).

O número de famílias inadimplentes e com dívidas com mais de 90 dias de atraso reduziu em agosto (54,9%) em relação a julho (58,5%). Essa redução foi puxada principalmente pelas famílias com maior renda, em que se observou uma redução de 13,3 pontos percentuais de julho (33,3%) para agosto (20,0%). Já a redução das dívidas em atraso com mais de 90 dias das famílias com menor renda foi de 2,1 pontos percentuais. Até o momento, agosto foi o mês com o menor percentual de famílias com dívidas com mais de 90 dias de atraso, sendo abril (61,8%) o que apresentou o maior percentual e a média do período foi 59,4%.

Comportamento das Dívidas com Mais de 90 Dias de Atraso das Famílias Capixabas

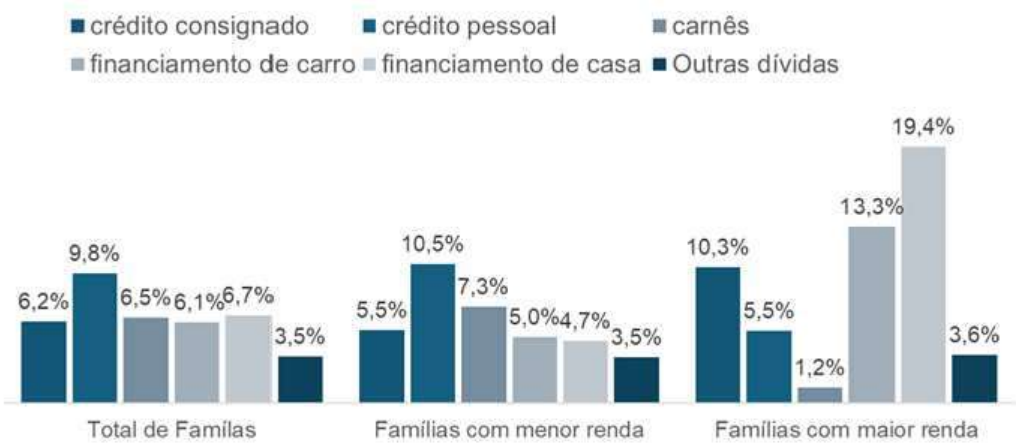


Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

O nível de endividamento das famílias capixabas continuou baixo em agosto, 37,1% das famílias afirmam estar pouco endividadas e 32,8% mais ou menos endividadas. No período, 69,5% das famílias com menor renda afirmam estar pouco ou mais ou menos endividadas, já das famílias mais ricas esse percentual foi de 72,8%. Portanto, observa-se uma menor folga orçamentária nas famílias com menor renda (35,6% - famílias pouco endividadas), comparativamente as famílias com maior renda (47,0%).

O percentual de famílias, de modo geral, com dívidas de cartão de crédito aumentou, passando de 85,3% em janeiro para 89,2% em agosto. As famílias mais ricas utilizaram, em agosto, mais o cartão de crédito para suas dívidas (91,5%) do que as famílias com menor renda (89,5%). Por outro lado, o uso de outras formas de crédito reduziu ao longo do ano. Houve uma redução do uso de carnês de janeiro (8,3%) para agosto (6,5%), do crédito consignado de 8,0% para 6,2%, do crédito pessoal de 10,2% para 9,8%.

Tipo de Dívida das Famílias Capixabas em Ago/2024, Excerto Cartão de Crédito[1]



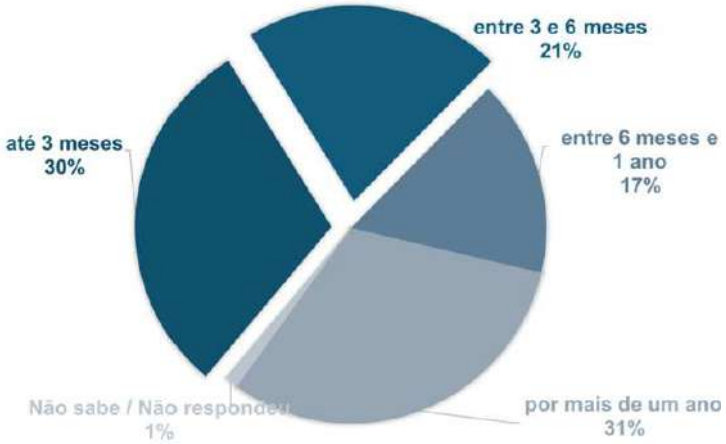
Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES
Nota: (1) em média, 90% de ambas as famílias afirmam ter alguma dív ida no cartão de crédito.

Apesar do surgimento de diferentes meios de pagamento (PIX, PIX parcelado, carteiras digitais e o cartão de crédito), o carnê e o crédito pessoal ainda representam uma importante forma de realização das compras das famílias com menor renda. Por exemplo, 10,5% dessas famílias afirmam ter algum tipo de dívida com crédito pessoal e 7,3% com carne. No caso das famílias mais ricas o crédito consignado foi mais relevante que o crédito pessoal e carnê. Em agosto, 10,3% dessas famílias afirmam ter dívidas com crédito consignado, 5,5% com o crédito pessoal e 1,2% com carnê.

As dívidas capixabas associadas ao financiamento de carros ou casas apresentaram um aumento em agosto em comparação a julho. Contudo, o percentual de famílias que afirmam ter dívidas com financiamento de carros em agosto (6,1%) foi menor que em janeiro (7,3%), já as dívidas com financiamento de casas foram maiores em agosto (6,7%) que em janeiro (5,1%). O percentual das famílias mais ricas com dívidas associadas ao financiamento de casas aumentou significativamente ao longo do ano, passando de 11,1% em janeiro para 19,4% em agosto, maior valor registrado até o momento.

O comprometimento com dívidas de longo (por mais de 1 ano) e médio prazo (de 6 meses a 1 ano) aumentou de julho (45,8%) para agosto (47,6%). As famílias com menor renda foram as que apresentaram o maior comprometimento da renda no longo prazo (48%), já as dívidas de longo e médio prazo das famílias mais ricas reduziu de julho (45,5%) para agosto (44,8%).

Tempo Médio de Comprometimento com Dívidas das Famílias Capixabas



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Inadimplência e Endividamento: Highlights de Agosto/2024

CONSUMO

- A inadimplência das famílias capixabas em agosto (35%) caiu em relação ao mês de julho (35,7%) e a janeiro (38,2%)

- A expectativa de pagamento das dívidas em atraso das famílias capixabas foi menor que no mês anterior (agosto 44,9% em julho 47,8%)

- O percentual das dívidas com longo tempo de atraso caiu (-3,6pp em relação ao mês passado)

- As famílias capixabas seguem com um número baixo de dívidas para pagar (69,9% pouco ou mais ou menos endividada).

- Em média, o tempo que as famílias capixabas passam comprometidas com uma dívida aumentou.

- O percentual da renda das famílias capixabas comprometidas com as dívidas caiu. (-4,7pp – famílias com 50% ou mais da renda comprometida)

O que está acontecendo?

Os resultados da PEIC de agosto de 2024, trazem consigo dois pontos relevantes: o perfil da inadimplência e do endividamento das famílias capixabas; e as mudanças no perfil das dívidas das famílias capixabas.

Compreender o comportamento do público-alvo de uma empresa é um aspecto importante para o planejamento estratégico das vendas. Seja de forma direta ou indireta, as mudanças no perfil do consumidor podem resultar em impactos negativos significativos tanto nas receitas, quanto nas despesas das empresas.

Por exemplo, uma mudança nos gostos do público-alvo pôde levá-lo a não consumir um determinado produto. Além disso, é importante ter em mente que o consumo das famílias ao longo do ano apresenta, mesmo que parcialmente, um comportamento sazonal, que é definido por certos acontecimentos chaves, por exemplo, as datas comemorativas (Carnaval, Dia das Mães, Dia dos Namorados, Pascoa, Black Friday, Natal e Réveillon), volta as aulas, 13º salário, ITPU/IPVA, dentre outros.
Esses acontecimentos afetam o nível de gastos das famílias e o endividamento e, consequentemente, as vendas no varejo serão fortemente determinadas pelas datas comemorativas.

Portanto, compreender o comportamento e a situação do consumidor antes destes acontecimentos é importante para alavancar as vendas e mitigar os riscos.

> "Gastar mais, comprando menos vezes e prolongando o prazo de pagamento das dívidas"

Outro aspecto importante para se mapear os consumidores diz respeito à sua renda, especificamente ao seu poder de compra e à sua capacidade de contrair novas dívidas, já que o consumo das famílias brasileiras depende da sua capacidade de contrair dívidas (o famoso crédito!). Nesse aspecto, observou-se algumas mudanças no perfil das famílias capixabas em agosto. A redução da inadimplência das famílias capixabas e brasileiras. Essa redução é importante para o varejo, pois pode resultar em uma maior intenção de compra para o último trimestre do ano, que engloba datas comemorativas importantes para o comércio brasileiro e capixaba (Black Friday, Natal e Final de Ano). Contudo, em agosto, também se observou um aumento no número de famílias que acham que não conseguiram pagar suas dívidas em atraso.

Este receio está associado ainda a outros aspectos importantes. As famílias capixabas, em agosto, apresentaram uma tendência de contrair menos dívidas e reduzir o comprometimento mensal da renda para o pagamento das dívidas. Isso pode significar um menor número de compras ("idas às lojas"), mas um aumento do ticket médio das compras. Isso, por sua vez, pode levar a um maior número de parcelas necessárias para suavizar o montante devido e, consequentemente, um aumento no tempo de comprometimento com a dívida.

Notas

- Endividamento: consumidores que declararam ter dívidas na família (dívidas com cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, crédito consignado, empréstimo pessoal, prestação de carro e de casa);
- Inadimplência: consumidores com contas ou dívidas atrasadas no mês;
- Não terão condições de pagar dívidas: percentual dos que afirmaram que não terão condições de pagar as contas ou dívidas em atraso no próximo mês.
- Os dados da pesquisa são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às Federações estaduais para a elaboração das análises de seus estados;
- A amostra é de, no mínimo, 500 famílias no fluxo do município de Vitória–ES (exceto pessoas de outros estados);
- Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
- A pesquisa para as Unidades da Federação é dividida em duas faixas de renda: as que possuem renda familiar até dez salários mínimos e as que possuem renda acima de dez salários mínimos;
- Essa pesquisa possui um mês de defasagem.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br

Inadimplência no ES cai pelo terceiro mês consecutivo.

Em relação a set/2023 a redução foi de 6 pontos percentuais, trazendo novas perspectivas para o comércio

Elaborado por: Ana Carolina Júlio e Gercione Dionizio

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) apresenta o perfil do compromisso financeiro (endividamento) e a capacidade de pagamento (inadimplência) das famílias capixabas. Sua análise permite entender quais os impactos do endividamento e da inadimplência no consumo futuro destas famílias.

Resultados

Em setembro, o percentual de famílias capixabas com contas a pagar (endividadas) foi de 90,2%, 0,5 pontos percentuais (pp) abaixo do nível de endividamento de agosto (90,7%). Neste mês também houve redução na inadimplência das famílias capixabas, representada pela queda do percentual de famílias inadimplentes em 0,6pp, entre agosto (35,0%) e setembro (34,4%).

No Brasil, a redução do endividamento entre agosto (78,0%) e setembro (77,2%) foi de 0,8pp. Contudo, o nível de inadimplência das famílias brasileiras aumentou 0,5pp, entre agosto (37,0%) e setembro (37,5%).

Os resultados apresentados na PEIC de setembro, reforçaram algumas tendências comportamentais das famílias capixabas: estabilidade do endividamento próximo a 90% e a redução da inadimplência. Portanto, apesar do endividamento das famílias capixabas, a capacidade de pagamento das dívidas continua melhorando. A redução no endividamento reflete o momento favorável do mercado de trabalho e melhora a expectativa do comerciante capixaba para as vendas do final do ano.

Perfil do Endividamento e da inadimplência das famílias capixabas

	Set/2024	Ago/2024	Jul/2023	Jan/2024	Set/2023
Endividamento					
Total de famílias	**90,2%**	90,7%	90,6%	89,8%	88,7%
Famílias com menor renda	**91,3%**	92,1%	91,9%	91,3%	90,0%
Famílias com maior renda	**82,7%**	81,7%	81,7%	80,2%	79,6%
Inadimplência					
Total de famílias	**34,4%**	35,0%	35,7%	38,2%	40,6%
Famílias com menor renda	**39,0%**	39,7%	40,6%	43,2%	45,9%
Famílias com maior renda	**6,9%**	7,4%	7,4%	9,4%	10,0%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

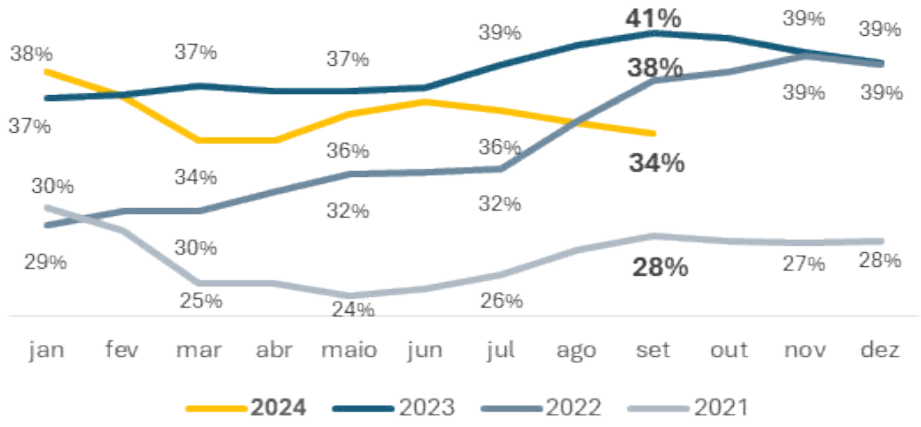
O nível de endividamento das famílias com menor renda (até 10 salários-mínimos) caiu 0,8pp entre agosto (92,1%) e setembro (91,3%). Já o nível de endividamento das famílias com maior renda (acima de 10 salários-mínimos) aumentou 1pp de agosto (81,7%) para setembro (82,7%), o que pode indicar um aumento do consumo dessas famílias.

Em especial, houve redução do percentual das famílias capixabas de menor renda que apresentavam elevado grau de endividamento de 0,8pp, ao se comparar setembro (21,8%) com agosto (22,6%).

Já o aumento do endividamento das famílias com maior renda foi puxado pelas famílias muito endividadas, entre agosto (8,9%) e setembro (11,4%) o aumento foi de 2,5pp.

O percentual de famílias inadimplentes (com dívidas em atraso) caiu nas duas faixas de renda, com destaque para as famílias de menor renda cuja redução foi 0,7pp entre agosto (39,7%) e setembro (39,0%). As famílias com maior renda apresentaram um percentual de inadimplência em setembro de 6,9%, 0,5pp menor que o observado em agosto (7,4%).

Inadimplência geral das famílias capixabas nos últimos quatro anos



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

A inadimplência das famílias capixabas tem apresentado um comportamento oposto ao observado nos últimos anos. Historicamente o terceiro trimestre do ano (jul-ago-set) tem como característica o aumento da inadimplência, no entanto, o terceiro trimestre de 2024 foi marcado por uma retração da inadimplência.

A inadimplência de set/24 (34%) foi menor que set/23 (41%) e set/22 (38%). Esse resultado indica que a capacidade de pagamento (inadimplência) e, consequentemente, o consumo das famílias capixabas pode começar o quarto trimestre acima do observado nos últimos dois anos.

Perfil das famílias endividadas e inadimplentes

Contudo, apesar da boa perspectiva para o comercio varejista capixaba no último trimestre, com a redução do endividamento e da inadimplência, é importante considerar algumas mudanças no perfil das famílias endividadas e inadimplentes. O cartão de crédito se manteve como o principalmente instrumento de endividamento (e consumo), 89,6% das famílias capixabas afirmaram ter algum tipo de dívida no cartão de crédito.

Resultado similar para as famílias de menor renda (89,3%) e de maior renda (91,6%).

As famílias usaram mais o crédito pessoal e os carnês como mecanismos de endividamento (compra)

Principais tipos de dívidas das famílias capixabas

	ATÉ 10 s.m.		ACIMA DE 10 s.m.	
	set/24	ago/24	set/24	ago/24
cartão de crédito	89,3%	89,2%	91,6%	91,5%
cheque especial	**1,4%**	**1,8%**	**4,2%**	**3,0%**
crédito consignado	5,6%	5,5%	10,2%	10,3%
crédito pessoal	**11,8%**	**10,5%**	**7,2%**	**5,5%**
carnês	**8,0%**	**7,3%**	**1,8%**	**1,2%**
financiamento de carro	5,4%	5,0%	15,0%	13,3%
financiamento de casa	4,9%	4,7%	16,8%	19,4%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Por outro lado, as famílias passaram a usar mais o crédito pessoal e os carnês como mecanismos de endividamento (compra). O endividamento das famílias capixabas no crédito pessoal aumentou 1,4pp de agosto (9,8%) para setembro (11,2%), enquanto o uso dos carnês aumentou 0,7pp (agosto 6,5%, setembro 7,2%).

O uso do crédito pessoal pelas famílias com menor renda subiu de 10,5% para 11,8% entre agosto e setembro, um aumento de 1,3pp. Já em setembro, 8,0% dessas famílias afirmaram ter dívidas com carnês, em agosto esse percentual foi de 7,3%.

No caso das famílias com maior renda, apesar do aumento (1,7pp) no percentual de famílias com dívidas com crédito pessoal, entre agosto (5,5%) e setembro (7,2%), e do aumento de (0,6pp) das dívidas com carnês, o destaque vai para o aumento no uso do cheque especial.

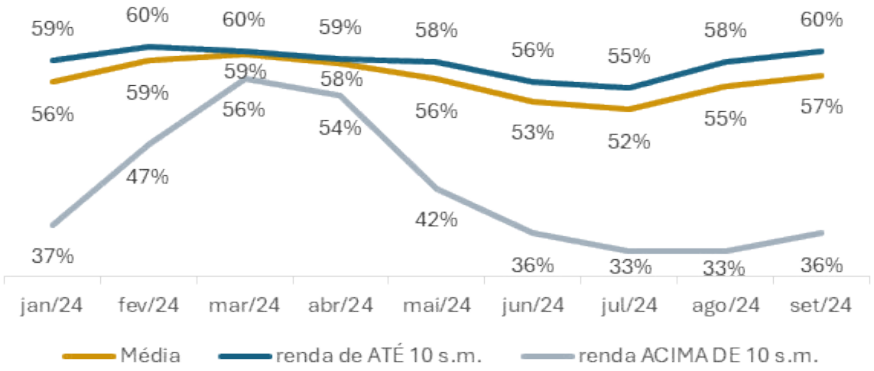
Entre agosto (3,0%) e setembro (4,2%) houve um aumento de 1,2pp no número de famílias possuem dívidas no cheque especial.

Apesar da facilidade no acesso e do uso flexível, o cheque especial costuma ser uma das modalidades de crédito de maior custo (maiores taxas de juros). O custo elevado dessa modalidade de crédito pode elevar a inadimplência no futuro.

Além disso, o percentual de famílias capixabas ainda inadimplentes que afirmam não ter capacidade de pagar as dívidas em atraso aumentou.

O custo elevado da modalidade de crédito pode induzir a uma maior inadimplência no futuro.

Percentual de famílias que não terão condições de pegar as dívidas em atraso



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

As dívidas com mais de 90 dias de atraso das famílias capixabas com maior renda reduziram em 12,9pp.

O percentual de famílias sem condição de pagar as dívidas em atraso em setembro foi de 56,7%, o que representa aumento de 1,6pp em relação a agosto (55,1%). Entre as famílias com maior renda (acima de 10 s.m.) o aumento foi de 2,4pp, de agosto (33,3%) a setembro (35,7%), já nas famílias com menor renda (até 10 s.m.) o aumento foi de 1,5pp (agosto 58,4%; setembro 59,9%).

Apesar dessa situação desafiadora, houve redução (3,2pp) no percentual de dívidas com elevado tempo de atraso (acima de 90 dias) em ambos os grupos familiares, entre agosto (54,9%) e setembro (51,7%). As famílias com maior renda foram responsáveis por esse resultado favorável.

As dívidas com mais de 90 dias de atraso das famílias capixabas com maior renda reduziram em 12,9pp, entre agosto (20,0%) e setembro (7,1%). No caso das famílias com menor renda a redução foi de 1,7pp (agosto 60,3%; setembro 58,6%).

Por fim, o tempo de comprometimento das famílias capixabas com dívidas de longo prazo (acima de 6 meses) e dívidas de curto prazo (abaixo de 6 meses) se manteve estável entre agosto (51,3% dívidas de curto prazo) e setembro (51,2% dívidas de curto prazo).

Por outro lado, ocorreu um aumento (1,9pp) no número de famílias capixabas as quais possuem mais de 50% da renda comprometida com pagamento de dívidas, entre agosto (19,3%) e setembro (21,2%).

O número de famílias capixabas com maior renda as quais 50% ou mais da renda está comprometida com pagamento de dívidas aumentou 1,2pp, entre agosto (3,0%) e setembro (4,2%). De modo similar, o número de famílias de menor renda com 50% ou mais da renda comprometida com pagamento de dívidas aumentou 2pp de agosto (21,8%) para setembro (22,8).

Inadimplência e Endividamento: Highlights de SET/2024

CONSUMO

. Aumento da capacidade de pagamento (redução da inadimplência, 0,6pp) das famílias capixabas de agosto (35%) para setembro (34,4%).

. Redução de 6,2pp de set/24 em comparação set/2023

. Redução (0,8pp) do percentual de famílias de menor renda que estão muito endividadas entre agosto (22,6%) e setembro (21,8%).

. Aumento da demanda/procura por meios de financiamento e empréstimo mais flexíveis e com menor taxa de juros: aumento de 1,4pp – crédito pessoal (9,8% ago; 11,2% set); aumento de 0,7pp – Carnês (6,5% ago; 7,2% set)

. Aumento (1,9pp) do número de famílias capixabas com mais de 50% da renda comprometida com pagamento de dívidas.

O que está acontecendo?

O mês de setembro de 2024 foi marcado por mudanças importantes no comportamento e no perfil das famílias capixabas, tanto daquelas endividadas (indicador associado ao consumo das famílias) quanto das inadimplentes (indicador associado a capacidade de pagamento).

O primeiro aspecto relevante está na consolidação de um cenário de queda da inadimplência capixaba, que recuou pelo terceiro mês seguido. No confronto mensal a inadimplência das famílias reduziu 0,6pp entre agosto (35,0%) e setembro (34,4%). A inadimplência das famílias capixabas no terceiro trimestre (35,0%) foi, em média, 1,3pp menor que a inadimplência do primeiro trimestre (36,3%).

Outro aspecto relevante foram as consecutivas quedas na taxa de inadimplência capixaba, que é um comportamento atípico para o período. A taxa de inadimplência no terceiro trimestre apresentou uma queda significativa, passando de 40% em 2023 para 35% em 2024, retornando ao patamar observado em 2022. Na comparação interanual, em setembro, a inadimplência caiu de 41% em 2023 para 34% em 2024, ficando abaixo dos 38% registrados em 2022.

A diminuição da inadimplência em 2024 sugere uma possível reversão da tendência negativa para o mercado varejista restrito observada no quarto trimestre de 2023 (-1,3%) e 2022 (-0,5%), destacada pelo Instituto Jones dos Santos Neves. A redução no número de consumidores inadimplentes pode indicar uma melhora na saúde financeira das famílias, o que tende a impulsionar o consumo.

Ademais, houve um aumento na demanda por fontes de financiamento e empréstimos com menores taxas de juros e maior flexibilidade. Por exemplo, o uso do crédito pessoal aumentou (1,4pp) de 9,8% em agosto para 11,2% em setembro, assim como o uso de carnês que aumentou (0,7pp) de 6,5% em agosto para 7,2% em setembro.

Esse comportamento pode ser um importante ponto de referência estratégico para comerciantes varejistas que querem aumentar suas vendas no Dia das Crianças, Black Friday, Natal e Réveillon. Especificamente, essa tendência indica uma demanda crescente das famílias por maior variedade nas formas de compra e parcelamento dos produtos. Portanto, torna-se importante disponibilizar além dos meios de pagamento tradicionais (cartão de crédito, crédito pessoal, carnê etc.) os novos meios de pagamentos digitais (PIX, PIX garantido, boleto parcelado etc.).

Referências

https://www.bcb.gov.br/estatisticas/txjuros
https://cdlcl.cdls.org.br/novidade-o-pix-garantido-vem-ai/
https://ijsn.es.gov.br/publicacoes/resenhas/comercio-varejista
https://jornalempresasenegocios.com.br/mercado/black-friday-
-pix-e-boleto-parcelado-aumentam-em-ate-²⁰-as-vendas-no-e-commerce/

Notas

- Endividamento: consumidores que declararam ter dívidas na família (dívidas com cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, crédito consignado, empréstimo pessoal, prestação de carro e de casa);
- Inadimplência: consumidores com contas ou dívidas atrasadas no mês;
- Não terão condições de pagar dívidas: percentual dos que afirmaram que não terão condições de pagar as contas ou dívidas em atraso no próximo mês.
- Os dados da pesquisa são coletados em âmbito nacional pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizados às Federações estaduais para a elaboração das análises de seus estados;
- A amostra é de, no mínimo, 500 famílias no fluxo do município de Vitória–ES (exceto pessoas de outros estados);
- Pelo tamanho da amostra é possível utilizar-se da inferência estatística, que consiste de um procedimento para fazer generalizações sobre as características de uma população a partir da informação contida numa amostra, para analisar sob a ótica do Espírito Santo.
- A pesquisa para as Unidades da Federação é dividida em duas faixas de renda: as que possuem renda familiar até dez salários mínimos e as que possuem renda acima de dez salários mínimos;
- Essa pesquisa possui um mês de defasagem.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **I Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **I Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **I Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **I Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **I Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral I Tel.: 3205-0706 I www.fecomercio-es.com.br

Mais de 25 mil famílias capixabas saem do vermelho em out/24

Redução da inadimplência traz alívio financeiro para capixabas no fim do ano

Elaborado por: Ana Carolina Júlio, Gercione Dionizio e Eduarda Gripp

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), divulgada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), apresenta o perfil do compromisso financeiro (endividamento) e a capacidade de pagamento (inadimplência) das famílias capixabas. Sua análise permite entender quais os impactos do endividamento e da inadimplência no consumo futuro destas famílias.

Resultados

O percentual de famílias com contas a pagar (endividadas) permanece em queda no ES. A queda foi de 0,9 pontos percentuais (pp), de setembro (90,2%) para outubro (89,3%). Esse resultado foi determinado principalmente pela redução do percentual de famílias capixabas mais endividadas (-1,8pp), que saiu de 53,5% em setembro para 52,1% em outubro.

A redução do endividamento das famílias capixabas no mês anterior à Black Friday traça um cenário otimista para o comercio no ES, tendo em vista que essa redução implica na possibilidade de as famílias assumirem novos compromissos financeiros.

Além desse resultado favorável, o destaque de outubro foi a queda da inadimplência. Entre setembro (34,4%) e outubro (32,6%) a redução do percentual de famílias capixabas com contas em atraso foi de 1,8pp. Estima-se que aproximadamente 25,7 mil famílias tenham deixado a inadimplência, ou seja, quitaram suas dívidas em atraso.

Do ponto de vista das famílias capixabas, essa redução implica em um aumento médio da capacidade de pagamento para novembro.

Já, do ponto de vista do comércio, a maior capacidade de pagamento das famílias pode resultar em maiores vendas.

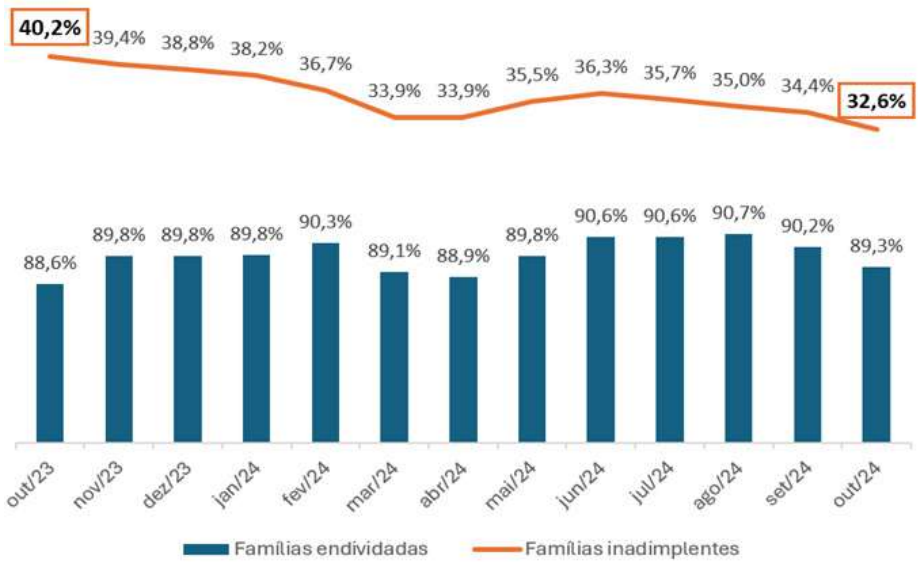
Perfil do Endividamento e da inadimplência das famílias capixabas

	out/2024	set/2024	ago/2024	jan/2024	out/2023
Endividamento					
Total de famílias	**89,3%**	90,2%	90,7%	89,8%	89,8%
Famílias com menor renda	**90,2%**	91,3%	92,1%	91,3%	91,5%
Famílias com maior renda	**83,7%**	82,7%	81,7%	80,2%	78,7%
Inadimplência					
Total de famílias	**32,6%**	34,4%	35,0%	38,2%	39,4%
Famílias com menor renda	**37,1%**	39,0%	39,7%	43,2%	44,6%
Famílias com maior renda	**5,4%**	6,9%	7,4%	9,4%	9,9%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Em síntese, os resultados da PEIC de novembro produzem um cenário econômico favorável e otimista para as vendas em novembro, especificamente para as vendas na Black Friday. A inadimplência das famílias capixabas caiu 6,8 pontos percentuais de out/23 (39,4%) para out/24 (32,6%). No confronto interanual, tem-se que out/24 fechou com aproximadamente 97 mil famílias inadimplentes a menos que em relação a out/23.

Endividamento e inadimplência capixaba nos últimos 12 meses



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

A inadimplência das famílias capixabas de maior renda (ACIMA DE 10 salários-mínimos), caiu 1,5pp entre setembro (6,9%) e outubro (5,4%). Se comparado a out/2023 a redução da inadimplência para o mês foi de 4,5pp. Já para as famílias de menor renda (ATÈ 10 salários-mínimos) a variação mensal foi de -1,9pp, e no comparativo anual a redução foi de 7,5pp, saindo de 44,6% em out/23 para 37,1% em out/24. Com base na redução do endividamento e da inadimplência das famílias de menor renda , tanto na variação mensal quanto interanual, a expectativa é de um possível aumento do crescimento potencial das vendas para o segmento de famílias de menor renda. Diante desse cenário, é fundamental desenvolver estratégias comerciais específicas que contemplem as características de consumo tanto deste grupo quanto dos demais segmentos de renda.

Perfil das famílias endividadas e inadimplentes

Para a construção de boas estratégias de vendas é importante considerar o perfil das famílias capixaba endividadas. Em outubro, o cartão de crédito continuou como principal fonte de dívidas das famílias e apresentou um aumento no seu uso para ambas as famílias.

O aumento para as famílias capixabas com maior renda (ACIMA de 10 s.m.) foi de 1,9pp, entre setembro (91,6%) e outubro (93,5%). Já as famílias com menor renda (ATÉ 10 s.m.) foi de 0,5pp chegando ao 89,8% em outubro.

Principais tipos de dívidas das famílias capixabas

	ATÉ 10 s.m.		ACIMA DE 10 s.m.	
	out/24	set/24	out/24	set/24
cartão de crédito	89,8%	89,3%	93,5%	91,6%
cheque especial	1,4%	1,4%	4,1%	4,2%
crédito consignado	5,4%	5,6%	9,5%	10,2%
crédito pessoal	12,9%	11,8%	7,7%	7,2%
carnês	8,3%	8,0%	3,0%	1,8%
financiamento de carro	5,5%	5,4%	14,8%	15,0%
financiamento de casa	5,1%	4,9%	16,0%	16,8%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Para as famílias com menor renda, segunda fonte principal de endividamento foi crédito pessoal, seguido dos carnês. O uso do crédito pessoal, devido ao crescimento de 1,1pp, foi 12,9% em outubro. Já o uso dos carnês aumentou 0,3pp, entre setembro (8,0%) e outubro (8,3%).

Para as famílias com maior renda, a segunda fonte principal de endividamento foi o financiamento de casa seguido do financiamento de carro. Ambos apresentaram queda no mês de outubro.

O financiamento de casas, como fonte de endividamento, caiu 0,8pp de setembro (16,8%) para outubro (16,0%), enquanto o financiamento de carros apresentou uma queda de 0,2pp (set/24 – 15%; out/24 – 14,8%).

Outro aspecto relevante é a característica da dívida adquirida pelos consumidores, que, dentre outras coisas, indicam o tempo médio que ele permanecerá com dívidas. Na comparação interanual, houve redução de 3,2pp no percentual de famílias de menor renda com dívidas de longo prazo. Já para as famílias de maior renda, houve um aumento de 2,0pp no percentual de famílias com dívidas de longo prazo.

Percentual de famílias que não terão condições de pegar as dívidas em atraso

	ATÈ 10 s.m.		ACIMA DE 10 s.m.	
	out/24	out/23	out/24	out/23
Comprometimento com dívidas				
Dívidas de curto prazo (até 6 meses)	49,2%	45,9%	57,4%	59,4%
Dívidas de longo prazo (acima de 6 meses)	50,2%	53,4%	42,6%	40,6%
Renda comprometida com dívidas				
até 10%	26,0%	22,7%	52,1%	49,4%
de 11% a 50%	48,6%	50,1%	42,6%	45,6%
acima de 50%	24,9%	27,0%	5,3%	4,4%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: Não foram incluídos o percentual de famílias que não souberam responder às perguntas.

Por fim, out/24 foi marcador por uma maior folga financeira em ambas as famílias capixabas, em comparação ao mesmo período de 2023. O percentual das famílias de menor renda com até 10% da renda comprometida aumentou 3,3pp entre out/24 (26,0%) e out/23 (22,7%). Já no caso das famílias com maior renda, o aumento foi de 2,7pp.

O aumento da folga financeira das famílias capixabas em out/24 reforçam o cenário otimista esperado em novembro, pois isso implica que as famílias capixabas tem mais recursos disponíveis para outros tipos de gastos que não seja o pagamento de dívidas já adquiridas. Com maior renda disponível, as famílias poderão gastar mais com o consumo de bens e serviços.

Inadimplência e Endividamento: Highlights de OUT/2024

CONSUMO

. **Queda 0,9pp no percentual de famílias com contas a pagar, de setembro (90,2%) para outubro (89,3%).**

. **Estima-se que cerca de 25,7 mil famílias capixabas tenham deixado a inadimplência.**

. **Entre out/23 e out/24, 97 mil famílias capixabas deixaram a inadimplência.**

. **Aumento de 3,3pp no número de famílias de menor renda com 10% da renda comprometida entre out/23 (22,7%) e out/24 (26,0%)**

. **Aumento de 2,7pp no percentual de famílias de maior renda com até 10% da renda comprometida com dívidas, entre out/23 (49,4%) e out/24 (52,1%)**

O que está acontecendo?

Outubro de 2024 fechou com boas expectativas para as vendas em novembro, mês importante para o comercio brasileiro devido à Black Friday. De acordo com os resultados da PEIC de novembro, houve aumento da capacidade de pagamento e da folga financeira das famílias capixabas, seja em relação a setembro de 2024 ou outubro de 2023.

> **Com a redução da inadimplência, a capacidade de pagamento média das famílias capixabas aumentou, o que pode implicar em um maior poder aquisitivo**

Com a redução de 1,8pp no percentual de famílias inadimplentes, de setembro (34,4%) para outubro (32,6%), a capacidade de pagamento média das famílias capixabas aumentou. Isto implica em uma melhor condição financeira das famílias e em um maior poder aquisitivo. Além disso, com a redução do endividamento em 0,9pp, de setembro (90,2%) para outubro (89,3%), houve redução no compromisso financeiro das famílias.

Outro aspecto relevante observados nos resultados da PEIC está associado ao aumento da folga financeira, entre outubro de 2023 e 2024.

Em ambas as faixas de renda, houve aumento no percentual de famílias com até 10% da renda comprometida.

Para as famílias de menor renda o aumento foi de 3,3pp, entre out/23 (26,0%) e out/23 (22,7%), e para as famílias com maior renda de 2,7pp, entre out/23 (49,4%) e out/23 (52,1%).

Outro aspecto relevante observados nos resultados da PEIC está associado ao aumento da folga financeira, entre outubro de 2023 e 2024. Em ambas as faixas de renda, houve aumento no percentual de famílias com até 10% da renda comprometida.

Para as famílias de menor renda o aumento foi de 3,3pp, entre out/23 (26,0%) e out/23 (22,7%), e para as famílias com maior renda de 2,7pp, entre out/23 (49,4%) e out/23 (52,1%).

TENDÊNCIAS : Por que o uso do cartão de crédito é tão alto?

O processo de digitalização dos meios de pagamento e da própria economia, no Brasil e no Mundo, foi fortemente acelerado pela crise COVID-19. Esse processo faz parte da Transformação Digital das relações comerciais e sociais, e consiste na adoção de tecnologias digitais em diversos setores, como o varejo (e-commerce, PIX, deliveries, etc.), no mercado de trabalho (home office, reuniões virtuais, carteira de trabalho digital, gov.br) na educação (aulas online, plataformas de ensino) e no setor financeiro (Bancos digitais, expansão das Fintechs).

Uma das tecnologias digitais impulsionadas por essa transformação é o cartão de crédito. Dados do Banco Central mostram que o número de cartões ativos no Brasil cresceu quase 61% entre 2020 e 2023, chegando a cerca de 206 milhões. Isso significa praticamente um cartão por pessoa, considerando a população brasileira. O cartão de crédito é uma das tecnologias digitais cuja utilização e adoção resulta do processo de digitalização da economia. Dados do Banco Central mostram que o número de cartões ativos no Brasil cresceu quase 61% entre o 1º trimestre de 2020 (128 milhões) para 4º trimestre de 2023 (206 milhões).

Considerando a população brasileira em 2024 (212 milhões), de acordo com os dados do IBGE (2024), no Brasil existe aproximadamente 1 cartão de crédito para cada pessoa.

Características do uso do cartão de crédito no Brasil

	Número de Transações	Tarja	Chip	Não Eletrônica	Não Presencial	Contactless	Recorrente
2020	9.368.174.479	0,39%	66,38%	0,01%	20,12%	2,01%	11,10%
2021	12.481.150.955	0,11%	57,34%	0,00%	22,99%	9,16%	10,40%
2022	16.139.916.354	0,21%	48,20%	0,00%	22,84%	20,06%	8,69%
2023	18.020.506.131	0,24%	40,09%	0,01%	26,92%	28,44%	4,30%

Fonte: Banco Central (2024). Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Apesar do surgimento de outros meios de pagamento digitais (PIX) o uso do cartão de crédito no Brasil continua crescendo ao longo dos anos. Entre 2022 e 2023 o número de transações realizadas no cartão de credito cresceu 11,65%, chegando a 18 bilhões de transações em 2023.
A utilização do cartão de crédito como meio de transação é importante tanto nas transações presenciais (68,78%) quando nas não presenciais, e-commerce, (28,44%).

Em síntese, o cartão de crédito ainda é um meio de pagamento digital que oferece segurança e agilidade nas compras, sejam para as famílias ou para as empresas. Além disso, é importante observar que o cartão de crédito é uma importante fonte de crédito para as famílias.

Opinião GEN Z

Para explorar o comportamento de consumo e as percepções de compras, organizamos um grupo focal. Dessa forma, selecionamos 3 jovens universitários da geração Z, com respectivamente 20, 21 e 22 anos. Todos com acesso à internet e redes sociais e moradores de Vitória, Cariacica e Serra.

O grupo focal foi conduzido em uma sala de reunião, com duração estimada de 1 hora e meia. A moderação ficou a cargo de pesquisadoras qualitativas e de um pesquisador quantitativo especializado em economia, permitindo uma abordagem integrada para captar insights qualitativos e dados específicos sobre padrões econômicos e preferências de consumo dessa geração.

> **Para mim era muito mais prático pela internet e eu acho os preços mais acessíveis também... eu só preciso do cartão, escolho, peço, é mais rápido**

1.Qual sua preferência de local de compra, físico ou online?
Entrevistado 1: A última coisa que eu comprei foi uma misteira, aí eu olhei na internet, procurei um preço baixo, eu comprei online mesmo, porque para mim era muito mais prático pela internet e eu acho os preços mais acessíveis também. Eu tenho mais opções pela internet.

Entrevistado 2: Eu compro tudo na Shopee, tudo é na Shopee, sempre.. tudo! Tanto que eu acho que sou cliente Platinum, porque tudo meu é na Shopee.

Até porque se eu tenho tudo na Palma da minha mão, não tenho que ficar andando por aí, andando no sol quente para procurar o melhor. Em um caso específico da roupa, eu fui na loja mesmo, mas no geral, é sempre online.

Entrevistado 3: Eu prezo muito por roupa. Não compro online porque eu já comprei online. Já quebrei a cara de ficar apertado, o caimento não ser bom. Então assim, eu prezo muito pelo presencial. Se for pela internet eu não faço troca, eu faço doação, porque eu acho que o online é muita burocracia.

2.Qual forma de pagamento que você mais utiliza, cartão, pix ou dinheiro?

Entrevistado 3: Eu tenho um cartão de crédito do picpay, mas estou evitando, eu estou mais no Pix.

Entrevistado 2: Antes não usava cartão de crédito, comecei a usar agora. Para fazer a carteira de motorista eu não tinha como pagar a vista. Então eu tive que recorrer ao crédito. Na Shopee eu passo tudo no crédito e só parcela acima de 80 reais.

Entrevistado 1: Eu uso mais cartão. A transferência só por pix, mas uso mais o cartão durante o mês.

3.Qual a última vez que você utilizou dinheiro para fazer compra?

Entrevistado 1: Eu não sei, eu tenho uma nota lá em casa. Está guardado a 5 meses. Eu não sei o que eu faço com a nota. Está guardado, parado.

Entrevistado 2: Eu ando com dinheiro na minha carteira. Para alguma, entendeu? Por exemplo, para comprar um salgado na faculdade.

Entrevistado 3: Nenhum. Para não dizer nenhum, eu tenho umas moedas ali na bolsa. Mas é assim né!?

Nota metodológica:

A estimação do número de famílias endividadas ou inadimplentes foi realizada a partir das informações divulgadas pela CNC e pelo Censo Demográfico realizado pelo IBGE em 2022. Para determinar o número de famílias, a ideia de núcleo familiar da CNC (pessoas que moram com o entrevistado) foi extrapolada para ideia de domicílio particular permanente ocupado do IBGE (local estruturado, separado e independente, destinado a habitação de uma ou mais pessoas).
Assim, utilizamos a seguinte lógica:

NFE = PFE x NDPPO
Número de famílias endividadas = % de Famílias endividadas x Número de domicílios particulares

Sendo:
NFE – Número de famílias endividadas apresentado pela Equipe Connect/Fecomercio
PFE – Percentual de famílias endividadas, disponibilizado pela CNC
NDPPO – Número de Domicílios Particulares permanentes ocupados, divulgados pelo IBGE no Censo Demográfico de 2022.

Referências

(1) https://x.gd/2kUdg
(2) https://x.gd/XKGIH
(3) https://x.gd/CJXnj
(4) https://cdlcl.cdls.org.br/novidade-o-pix-garantido-vem-ai/
(5) https://exame.com/future-of-money/bancos-digitais-pix-supera-pps-drex-digitalizacao-da-economia-impacta-a-populacao-brasileira/
(6) https://www.bcb.gov.br/estatisticas/spbadendos
(7) https://www.ibge.gov.br/

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **I Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **I Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **I Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **I Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **I Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral I Tel.: 3205-0706 I www.fecomercio-es.com.br

Em um ano, 232 mil capixabas saíram do vermelho

A capacidade de pagamento aumentou 4,3 pontos percentuais, com 267 mil capixabas próximos de quitar suas dívidas

Elaborado por: Ana Carolina Júlio, Gercione Dionizio e Eduarda Gripp

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), divulgada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), apresenta o perfil do compromisso financeiro (endividamento) e a capacidade de pagamento (inadimplência) das famílias capixabas. Sua análise permite entender quais os impactos do endividamento e da inadimplência no consumo futuro destas famílias.

Resultados

O percentual de famílias com contas a pagar (endividamento) e de contas em atraso (inadimplência) aumentou em nov/24, mas com mudanças importantes nos perfis das famílias: grau e nível de inadimplência das famílias, tempo para quitar as dívidas. **Na análise mensal, o nível de inadimplência das famílias capixabas cresceu 0,1 pp entre outubro (32,6%) e novembro de 2024 (32,7%), representando 1,4 mil novas famílias inadimplentes.** Na comparação interanual, houve redução significativa de 6,1 pp, passando de 38,8% em nov/23 para 32,7% em nov/24, o que significa 87,1 mil famílias (232 mil capixabas) a menos na inadimplência. Entre as famílias de diferentes níveis rendas, houve uma redução da inadimplência de 6,8pp para as famílias de menor renda e de 4pp para as de maior renda em nov/24 em comparação a nov/23.

Em novembro, observa-se uma tendência de aumento da inadimplência e do endividamento devido a aumento de gastos em períodos como a Black Friday. No entanto, o mês inicia com um cenário positivo para as compras de Natal e Ano Novo. A redução da inadimplência (contas em atraso) implica que as famílias em dez/24 terão uma maior capacidade de pagamento que em dez/23 e, consequentemente, essa redução pode impactar positivamente as vendas de final de ano.

O tempo médio para as famílias capixabas quitarem suas dívidas em atraso aumentou de 68,5 dias em out/24 para aproximadamente 70 dias em nov/24

Perfil do Endividamento e da inadimplência das famílias capixabas

	nov/24	out/24	set/24	jan/2024	nov/2023
Endividamento					
Total de famílias	**89,9%**	89,30%	90,20%	89,8%	89,8%
Famílias com menor renda	**90,7%**	90,20%	91,30%	91,3%	91,6%
Famílias com maior renda	**84,7%**	83,70%	82,70%	80,2%	78,2%
Inadimplência					
Total de famílias	**32,7%**	32,60%	34,40%	38,2%	38,8%
Famílias com menor renda	**37,1%**	37,10%	39,00%	43,2%	43,9%
Famílias com maior renda	**5,9%**	5,40%	6,90%	9,4%	9,9%

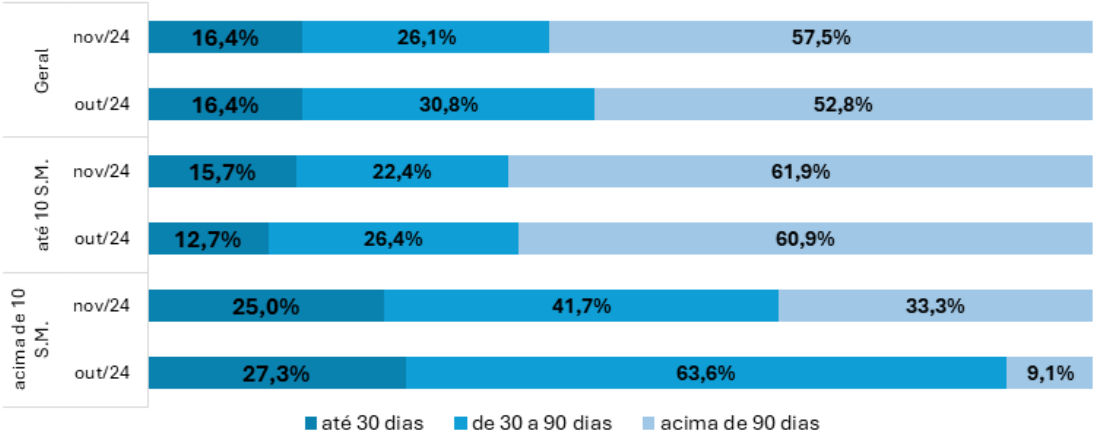
Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

O aumento do endividamento foi de 0,6 pontos percentuais (pp), de out/24 (89,30%) para nov/24 (89,9%), o que implica em 8,5 mil novas famílias endividadas. Esse resultado foi puxado pelas famílias com maior renda (com renda acima de 10 salários-mínimos). O endividamento das famílias com menor renda cresceu 0,5 pp entre outubro (90,2%) e novembro (90,7%). Já para as famílias com maior renda, o aumento foi de 1,0 pp, chegando a 84,7% em novembro de 2024. Apesar do aumento, o endividamento é uma forma de consumo usado pelas famílias brasileiras, em especial ao usar o cartão de crédito ou parcelar uma compra. De modo geral, esse resultado pode impactar positivamente o comércio capixaba.

Em nov/24, o percentual de famílias capixabas que precisaram de mais de 90 dias para quitar suas contas em atraso chegou a 57,5%, o que representa um amento de 4,7 pp em relação a out/24 (52,8%). Como resultado, o tempo médio para as famílias capixabas quitarem suas dívidas em atraso aumentou de 68,5 dias em out/24 para aproximadamente 70 dias em nov/24. Isso implica que as famílias capixabas, em média, costumam levar 2 meses para organizar sua situação financeira.

O aumento do tempo médio de pagamento das contas em atraso foi puxado principalmente pelas famílias com maior renda (renda acima de 10 salários-mínimos). O percentual dessas famílias que levaram mais de 90 dias para quitar suas dívidas em atraso chegou a 33,3%, o que representa um aumento de 24,2pp em comparação a out/24 (9,1%).

Tempo para pagamento das dívidas em atraso por tipo de renda das famílias capixabas



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Ademais, houve um aumento de 4,3 pp das famílias capixabas que afirmam serem capazes de pagar as dívidas em atraso, chegando a 21,4% em novembro. **Portanto, dentre o total de famílias capixabas inadimplentes (467 mil famílias) aproximadamente 100 mil (267 mil capixabas) serão capazes de quitar suas dívidas.** Já para as famílias com menor renda (até 10 salários mínimos) houve um aumento de 3pp no percentual de famílias que afirmam serem capazes de pagar totalmente as dívidas em atraso, chegando a 15,7% das famílias. No caso das famílias com maior renda (acima de 10 salários mínimos) o aumento foi de 12,9pp, chegando, em nov/24, a 58,3% das famílias que afirmam serem capazes de pagar integralmente suas dívidas.

Perfil das famílias endividadas e inadimplentes

Em novembro, o cartão de crédito continuou como principal fonte de dívidas das famílias e apresentou um aumento no seu uso para ambas as famílias, enquanto as outras fontes de endividamento das famílias apresentaram queda.

Principais tipos de dívidas das famílias capixabas

	ATÉ 10 s.m.		ACIMA DE 10 s.m.	
	Nov/24	out/24	Nov/24	out/24
cartão de crédito	89,9%	89,8%	94,7%	93,5%
cheque especial	1,5%	1,4%	2,9%	4,1%
crédito consignado	4,7%	5,4%	8,8%	9,5%
crédito pessoal	12,6%	12,9%	6,4%	7,7%
carnês	8,3%	8,3%	2,9%	3,0%
financiamento de carro	4,9%	5,5%	14,6%	14,8%
financiamento de casa	5,1%	5,1%	15,8%	16,0%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Para as famílias com menor renda, o aumento no uso do cartão de crédito foi de 0,1pp entre outubro (89,9%) e novembro (89,9%). No período houve redução do uso do crédito pessoal (segunda maior fonte de endividamento das famílias com menor renda. A redução foi de 0,3pp, entre nov/24 (12,6%) e out/24 (12,9%). Também houve redução no endividamento com crédito consignado e financiamento de carro. A única fonte de endividamento que apresentou aumento foi o cheque especial que aumento de 1,4% em outubro para 1,5% em novembro.

Para as famílias com maior renda, houve aumento do uso do cartão de crédito de outubro (93,5%) para novembro (94,7%) em 1,2pp. As demais fontes de endividamento apresentaram uma redução no período.

Em especial, o uso do cheque especial apresentou um 1,2pp e do crédito pessoal de 1,3pp.

A redução do nível de endividamento é um aspecto importante para as famílias capixabas, pois demonstra que as famílias capixabas estão com um maior controle financeiro, o que mantem as finanças pessoas sobre controle. Além disso, com a redução de diferentes fontes de endividamento fica mais fácil para as famílias administrar suas dívidas e também analisar o impacto dos juros de cada uma delas no seu orçamento familiar. Esse controle também é importante para melhorar o acesso ao credito das famílias em diferentes fontes.

Características das dívidas adquiridas pelas famílias capixabas

	ATÈ 10 s.m.		ACIMA DE 10 s.m.	
	out/24	out/23	out/24	out/23
Comprometimento com dívidas				
Dívidas de curto prazo (até 6 meses)	49,2%	45,9%	57,4%	59,4%
Dívidas de longo prazo (acima de 6 meses)	50,2%	53,4%	42,6%	40,6%
Renda comprometida com dívidas				
até 10%	26,0%	22,7%	52,1%	49,4%
de 11% a 50%	48,6%	50,1%	42,6%	45,6%
acima de 50%	24,9%	27,0%	5,3%	4,4%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES. Nota: Não foram incluídos o percentual de famílias que não souberam responder às perguntas.

Apesar do aumento de 0,6 pp no nível de endividamento das famílias capixabas, as características desse endividamento mostram um endividamento mais controlado. Em nov/24, houve redução das dívidas de longo prazo (acima de 6 meses), e no percentual de famílias muito endividadas (com dívida acima de 50% da renda). Em novembro, as famílias de menor renda apresentaram uma redução de 2 pp no percentual de dívidas de longo prazo, chegando a 48,2%.

O que implica um comprometimento financeiro de menor prazo e sujeito a um menor risco de inadimplência. Além disso, ou uma redução no percentual de famílias muito endividadas de 2,1 pp, entre out/24 (22,8%) e nov/24 (24,9%). Para as famílias com maior renda (acima de 10 salários mínimos), a redução do comprometimento com dívidas de longo prazo foi 0,5 pp, entre out/24 (42,6%) e nov/24 (42,1%). Em nov/24, houve aumento no percentual de famílias com maior renda cuja renda comprometida com dívidas vai de 11% a 50%, o aumento foi de 1,3 pp.

As mudanças nos perfis das famílias capixabas endividadas e inadimplentes, devem gerar uma maior segurança para o mercado capixaba (especificamente credores), podendo ampliar a tomada de crédito no ES e, também, facilitando o processo de tomada de crédito, caso a tendência se mantenha. Em geral, essa expectativa está pautada no maior controle das finanças familiares, na redução de dívidas de longo prazo e na redução do grau de endividamento, e deve ser manter para dívidas de curto prazo.

Inadimplência e Endividamento: Highlights de NOV/2024

CONSUMO

. Aumento de 0,6 pp no percentual de famílias com contas a pagar, de outubro (89,3%) para novembro (89,9%), o que representa 8,5 mil novas famílias endividadas.

. Em relação a nov/23, famílias com menor renda reduzem o endividamento em 0,9pp e famílias com maior renda aumentam em 6,5pp em nov/24.

. Aumento de 0,6 pp no percentual de famílias com contas a pagar, de outubro (89,3%) para novembro (89,9%), o que representa 8,5 mil novas famílias endividadas.

. Em relação a nov/23, famílias com menor renda reduzem o endividamento em 0,9pp e famílias com maior renda aumentam em 6,5pp em nov/24.

TENDÊNCIAS : O Impacto do 13º Salário na Economia e no Comércio

Com a chegada do fim do ano, o **13º salário** desponta como uma injeção significativa de recursos na economia brasileira, representando uma oportunidade estratégica tanto para os consumidores quanto para o comércio. Em 2024, a estimativa é que mais de **R$ 321,4 bilhões** sejam injetados no mercado, considerando os pagamentos aos trabalhadores formais, inclusive aos empregados domésticos aposentados e pensionistas do INSS.

> **O 13º salário desponta como uma injeção significativa de recursos na economia brasileira**

De acordo com levantamentos recentes, os consumidores planejam utilizar o 13º salário para quitar dívidas, priorizando compromissos com cartão de crédito, financiamentos e contas em atraso. Esse comportamento reflete o cenário de endividamento elevado observado ao longo do ano, evidenciado pela **PEIC (Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor)**, que registrou índices recordes em 2024. O impacto do 13º salário é especialmente relevante para o setor varejista, que tradicionalmente registra **suas maiores vendas no último trimestre do ano.**

Para 2024, a expectativa é de um crescimento nominal de **R$ 401 milhões em dezembro**, impulsionado pela retomada gradual do consumo e pela preferência dos consumidores por promoções e facilidades de pagamento.

O comércio também tem apostado na experiência multicanal, integrando lojas físicas e plataformas digitais para atender às demandas do consumidor, que busca cada vez mais praticidade e personalização. Nesse contexto, as promoções da Black Friday, realizadas em novembro, funcionam como um termômetro para o desempenho do varejo no Natal.

O 13º salário impulsiona a economia ao estimular o consumo, aumentar a arrecadação de impostos e reduzir a inadimplência. Para 2024, espera-se que esse benefício contribua para a recuperação econômica e o crescimento do comércio, oferecendo às famílias maior poder aquisitivo e às empresas mais oportunidades de vendas.

O que está acontecendo?

Os resultados da PEIC de novembro de 2024 apresentaram um leve aumento no percentual de famílias capixabas endividadas (0,6 pp), chegando a 89,9%. Também houve aumento da inadimplência que saiu de 32,6% em out/24 para a 32,7% em nov/24, o que implica em um aumento de 0,1 pp no período ou 1,4 mil novas famílias inadimplentes.

Apesar disso, houve mudanças importantes no perfil dos endividados e inadimplentes. Na comparação com nov/23 o percentual de inadimplência capixaba foi 6,1 pp menor em nov/24 (32,7%) do que em nov/23 (38,8%), o que implica que as famílias capixabas começaram o mês de dezembro com uma maior capacidade financeira. O que pode aumentar as vendas no Natal e Ano Novo.

Além disso, no período ou também um aumento no percentual de famílias, com dívidas em atraso que afirmam que serão capazes de pagar as contas em aberto.

Em nov/23, aproximadamente 1 em cada 4 famílias inadimplentes afirmam serem capazes de quitar suas dívidas e sair do vermelho.

> **Em nov/23, aproximadamente 1 em cada 4 famílias inadimplentes afirmam serem capazes de quitar suas dívidas e sair do vermelho**

Com o maior controle financeiro as famílias também começaram a optar por efetuar suas compras mantendo um compromisso financeiro de curto prazo. Por exemplo, as famílias de menor renda apresentaram uma redução de 2 pp no percentual de dívidas de longo prazo, chegando a 48,2%.

Em síntese, os resultados apontam para um maior controle financeiro das famílias, tanto na comparação com o mesmo mês do ano passado o com outubro. Esse resultado, pode, de modo geral, potencializar as vendas de dez/24.

Opinião GEN Y Z

Dando continuidade nas análises qualitativas do grupo focal, analisamos qualitativamente as discussões de intenções de consumo com base nos dados da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), da CNC. Também buscamos compreender os padrões de consumo e as percepções de compra de diferentes gerações (Y e Z). O grupo focal foi conduzido em uma sala de reunião durante o mês de novembro e a moderação ficou a cargo de pesquisadora qualitativa e de um pesquisador quantitativo especializado em economia.

> **No Natal e Ano Novo, normalmente é quando se tem mais uma tendência de consumir mais do que durante o ano**

Mediador: No Natal e Ano Novo, normalmente é quando se tem mais uma tendência de consumir mais do que durante o ano, se foge um pouco do que é característico do seu consumo, para consumir outras coisas.

Durante o ano há o fluxo. Mas no fim do ano pode acontecer de se fazer dívidas e daí se passa o resto do ano pagando.
Ocorre também de se terminar de pagar, se faz nova dívida.

Indivíduo 1 (geração Z): Sim.. Então, eu estou satisfeito com o que eu estou comprando. Estou achando as ofertas bem legais. Quero dizer, as promoções. Tanto em lojas físicas, quanto nas lojas online. Então, a gente tem que ter cuidado para não se endividar.

Indivíduo 2 (geração Y): Essas promoções são um perigo porque a gente quer sair comprando tudo e tem cuidado para não se endividar também. Porque aparecem ofertas de todos os tipos de produtos. Toda hora aparece alguma coisa que a gente está precisando.

Indivíduo 3 (geração Y): Eu estou querendo comprar, mesmo que eu não precise agora, mas vai ser para um momento de necessidade. E eu vou comprar mesmo, vou aproveitar.

Indivíduo 4 (geração Z): Tipo, na semana passada eu comprei uma camisa que era de 250 reais, que foi para 150, as contas de 100. Então, aproveitei, eu vi que era promoção e aproveitei.

Mediador: Como é que vocês fazem essa diferenciação em termos da renda? Vocês dividem a renda para poder gastar?

Indivíduo 2 (geração Y): Eu penso muito nisso não.

Indivíduo 3 (geração Y): Eu nem olho

Indivíduo 5 (geração Z): A gente olha, né? A gente costuma, sim, porque eu tenho uma renda limitada. Por exemplo, para roupa eu até que não olho, mas para lanche, pizza, não posso sair gastando sempre, eu olho isso sim.

Nota metodológica:

A estimação do número de famílias endividadas ou inadimplentes foi realizada a partir das informações divulgadas pela CNC e pelo Censo Demográfico realizado pelo IBGE em 2022. Para determinar o número de famílias, a ideia de núcleo familiar da CNC (pessoas que moram com o entrevistado) foi extrapolada para ideia de domicílio particular permanente ocupado do IBGE (local estruturado, separado e independente, destinado a habitação de uma ou mais pessoas).
Assim, utilizamos a seguinte lógica:

NFE = PFE x NDPPO
Número de famílias endividadas = % de Famílias endividadas x Número de domicílios particulares

Sendo:
NFE – Número de famílias endividadas apresentado pela Equipe Connect/Fecomercio
PFE – Percentual de famílias endividadas, disponibilizado pela CNC
NDPPO – Número de Domicílios Particulares permanentes ocupados, divulgados pelo IBGE no Censo Demográfico de 2022.

Referências

https://www.dieese.org.br/notaaimprensa/2024/decimoTerceiroSalario.html
https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2024-11/pagar-dividas-guardar-ou-gastar-dicas-de-como-usar-o-13o-salario
https://www.otempo.com.br/economia/2024/11/8/ranking-mostra-como-belo-horizontinos-pretendem-gastar-o-valor-d

EXPEDIENTE: **Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac:** Idalberto Luiz Moro **I Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **I Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **I Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **I Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **I Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral I Tel.: 3205-0706 I www.fecomercio-es.com.br

Durante 2024, 198 mil capixabas deixaram a inadimplência

A inadimplência em queda fortalece o poder de compra, podendo favorecer o varejo em 2025.

Elaborado por: Ana Carolina Júlio, Gercione Dionizio e Eduarda Gripp.

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), divulgada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), apresenta o perfil do compromisso financeiro (endividamento) e a capacidade de pagamento (inadimplência) das famílias capixabas. Sua análise permite entender quais os impactos do endividamento e da inadimplência no consumo futuro destas famílias.

Resultados

Em dezembro de 2024, o percentual de famílias com contas em atraso (inadimplência) aumentou 0,9 pontos percentuais em relação a novembro, o que implica em quase 12,8 mil novas famílias inadimplentes (aprox. 34,1 mil pessoas). Contudo, na análise interanual, o número de famílias inadimplentes em dezembro de 2024 foi menor que no mesmo período do ano passado, com aproximadamente 74,2 mil famílias (aprox. 198,3 mil pessoas) inadimplentes a menos. Quanto ao grau de endividamento, não houve alterações.

A menor taxa de inadimplência em dezembro de 2024, comparativamente a dezembro de 2023, pode representar um alívio para as famílias capixabas em janeiro deste ano, visto que os meses iniciais do ano exigem uma maior capacidade de pagamento das famílias devido a fatores como: matrículas e compra de materiais escolares; pagamento de seguros; e pagamento de impostos (IPTU e IPVA).

Menos dívidas em 2024 ajudam famílias capixabas a começarem 2025 com mais folga para despesas escolares e impostos

Perfil do Endividamento e da inadimplência das famílias capixabas

	dez/24	nov/24	out/24	Média 2024	dez/23
Endividamento					
Total de famílias	**89,8%**	89,9%	89,3%	89,9%	89,8%
Famílias com menor renda	**90,6%**	90,7%	90,2%	91,2%	91,6%
Famílias com maior renda	**84,6%**	84,7%	83,7%	81,8%	78,2%
Inadimplência					
Total de famílias	**33,6%**	32,7%	32,6%	34,9%	38,8%
Famílias com menor renda	**38,0%**	37,1%	37,1%	39.6%	43,9%
Famílias com maior renda	**7,0%**	5,9%	5,4%	7,2%	9,9%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

O percentual de famílias inadimplentes cresceu em dezembro de 2024 em ambas as faixas de renda. Entre as famílias que recebem até 10 salários-mínimos (s.m.), a inadimplência subiu de 37,1% para 38,0% entre novembro e dezembro. Nas famílias com renda superior a 10 salários-mínimos, o índice alcançou 7,0%, um aumento de 1,1 pp. No entanto, quando comparado ao mesmo período do ano anterior, ambos os grupos apresentaram melhora: redução de 5,9 pontos percentuais para menor renda e 2,9 pontos para maior renda.

Segundo a PEIC de dezembro de 2024, o número de famílias inadimplentes aumentou em relação a novembro, estimasse um crescimento de 11 mil famílias (ou 29,39 mil pessoas) com renda até 10 s.m. e de 1,79 mil famílias (ou 4,78 mil pessoas) com renda acima de 10 s.m. Na comparação com dezembro de 2023, porém, houve redução de 63,81 mil famílias (ou 170,5 mil pessoas) a menos no grupo de menor renda e 10,38 mil famílias (ou 27,7 mil pessoas) a menos no grupo de maior renda. Notadamente, o aumento da inadimplência observado em dezembro é resultado de um efeito sazonal Notadamente, o aumento da inadimplência observado em dezembro é resultado de um efeito sazonal concentração de datas comemorativas nos últimos meses do ano, tais como Black Friday, Natal e Ano Novo. Por outro lado, a redução da inadimplência entre 2023 e 2024 reflete uma mudança do comportamento das famílias capixabas, como a maior conscientização da relevância da organização e do planejamento financeiro, assim como das finanças pessoais.

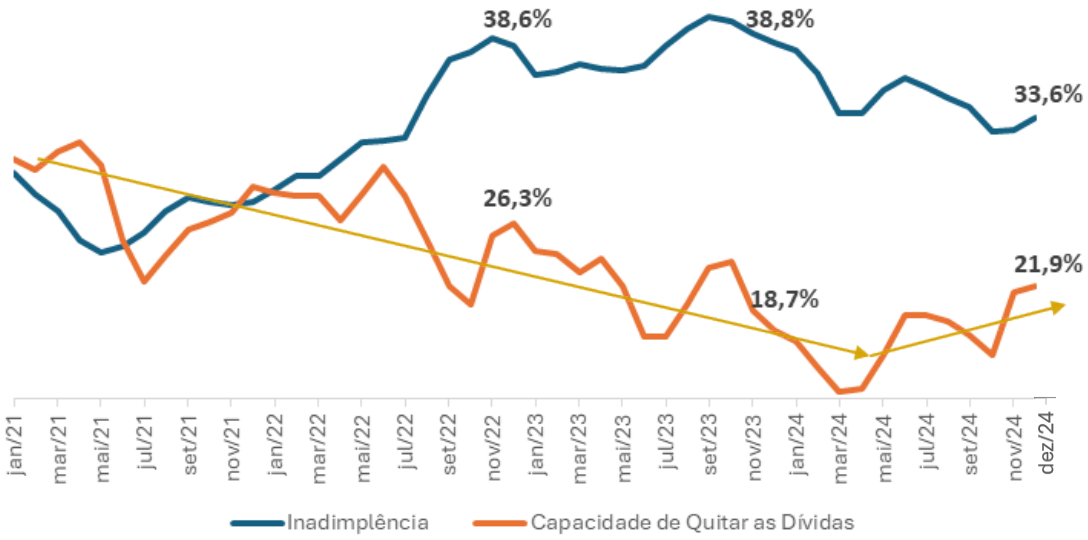
Além disso, apesar do aumento, ambos os indicadores ficaram abaixo da média de 2024. O percentual médio de famílias capixabas endividadas em 2024 foi 89,9% e em dez/24 89,8%, já o percentual médio da inadimplência foi 34,9% e em dezembro 33,6%. Esse resultado implica que mesmo com as compras de final de ano, as famílias capixabas têm conseguido manter o controle das finanças pessoais.

Outro aspecto importante das famílias capixabas inadimplentes está na sua capacidade de quitação das dívidas em atraso. Desde mar/24 se tem observado uma tendência de aumento da capacidade de pagamento das dívidas das famílias.

O aumento da inadimplência observado em dezembro é resultado de um efeito sazonal influenciado pela concentração de datas comemorativas nos últimos meses do ano, tais como Black Friday, Natal e Ano Novo

Desde mar/24 se tem observado uma tendência de aumento da capacidade de pagamento das dívidas das famílias

Inadimplência e capacidade de pagamento das dívidas em atraso das famílias capixabas



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Em dezembro de 2024, a inadimplência capixaba chegou a 33,6% do total de famílias, representando 480 mil famílias (ou 1,28 milhões de pessoas). Dessas, aproximadamente 105 mil (280,3 mil pessoas) declararam ter capacidade de quitar seus débitos em atraso nos próximos meses, o equivalente a 21,9% das famílias inadimplentes. Este resultado representa um avanço em relação a 2023, quando havia cerca de 103,5 mil famílias com perspectiva de quitação de dívidas, um crescimento de 1,5 mil famílias (4 mil pessoas) capazes de saldar suas dívidas. Nesse aspecto, as famílias capixabas fecham dezembro de 2024 com um menor índice de inadimplência em comparação a dezembro de 2023; consequentemente, as famílias iniciam 2025 com uma maior capacidade de pagamento. Para o comércio capixaba, isso pode implicar em um início de ano com vendas superiores as de janeiro de 2024.

Famílias capixabas reduzem inadimplência e iniciam 2025 com maior capacidade de pagamento, o que pode impulsionar as vendas do comércio

Perfil das famílias endividadas e inadimplentes

As famílias capixabas, independentemente do seu extrato social, seguem tendo o cartão de crédito como a principal fonte de endividamento.

Para as famílias de maior renda, o uso do cartão de crédito caiu e para as famílias de menor renda houve um aumento.

Principais tipos de dívidas das famílias capixabas

	ATÉ 10 s.m.		ACIMA DE 10 s.m.	
	dez/24	nov/24	dez/24	nov/24
cartão de crédito	90,8%	89,9%	93,5%	94,7%
cheque especial	1,2%	1,5%	1,8%	2,9%
crédito consignado	4,7%	4,7%	8,8%	8,8%
crédito pessoal	12,7%	12,6%	6,5%	6,4%
carnês	8,6%	8,3%	1,8%	2,9%
financiamento de carro	5,1%	4,9%	13,5%	14,6%
financiamento de casa	4,8%	5,1%	15,9%	15,8%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Para as famílias com menor renda, o aumento no uso do cartão de crédito foi de 0,9 pp entre novembro (89,9%) e dezembro (90,8%). No período houve o aumento no uso do crédito pessoal (segunda maior fonte de endividamento das famílias com menor renda). O aumento foi de 0,1 pp, entre nov/24 (12,6%) e dez/24 (12,7%). Dentre as principais fontes, apenas o cheque especial e o financiamento de casas apresentaram queda, sendo ambas as quedas de 0,3 pp.

Para as famílias com maior renda, houve redução do uso do cartão de crédito de novembro (94,7%) para dezembro (93,5%) em 1,2 pp. A segunda maior fonte de endividamento, financiamento de casa, apresentou um aumento de 0,1 pp, chegando a 15,9%. Dentre o conjunto, o uso do cheque especial apresentou a maior variação mensal, e apresentou uma redução de 1,1 ponto percentual. Compreender como são distribuídas as fontes de endividamento das famílias capixabas é um aspecto importante para compreender os hábitos de consumo e o desenvolvimento de médio prazo do bem-estar dessas famílias. Especificamente, o uso de fontes de financiamento de curto prazo (cartão de crédito, cheque especial, crédito pessoal, etc.) indicam famílias mais inclinadas ao gasto com bens de uso diário (curto prazo), já os gastos com financiamento, indique a família possui maior liberdade financeira e, por isso, conseguem se comprometer com gastos de maior tempo. Ademais, observou-se um aumento do comprometimento das famílias capixabas com dívidas de curto prazo. Para as famílias de menor renda, o percentual de dívidas de curto prazo das famílias de menor renda aumentou em 0,4 pp chegando a 51,6% em dezembro. No caso das famílias de maior renda o aumento foi de 0,9 pp, chegando a 58,8% em dezembro.

Características das dívidas adquiridas pelas famílias capixabas

	ATÉ 10 s.m.		ACIMA DE 10 s.m.	
	dez/24	nov/24	dez/24	nov/24
Tempo de comprometimento com dívidas				
Dívidas de curto prazo (até 6 meses)	51,6%	51,2%	58,8%	57,9%
Dívidas de longo prazo (acima de 6 meses)	47,7%	48,2%	41,2%	42,1%
Renda comprometida com dívidas				
até 10%	25,8%	27,6%	51,2%	50,9%
de 11% a 50%	51,4%	48,8%	42,9%	43,9%
acima de 50%	22,2%	22,8%	5,9%	5,3%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: Não foram incluídos o percentual de famílias que não souberam responder às perguntas.

O que está acontecendo?

Os resultados da PEIC de dezembro de 2024, realizadas pela CNC, apresentaram um leve aumento no percentual de famílias capixabas inadimplentes (0,9 pp), de nov/24 (32,7%) para dez/24 (33,6%), o que implica em 12,8 mil novas famílias inadimplentes. Por outro lado, o grau de endividamento reduziu 0,1 pp em dezembro, chegando a 89,8%.

> **Com a maior folga no orçamento das famílias capixabas, o consumo tende a aumentar, beneficiando o comércio no ES**

Todavia, embora se espere um aumento do endividamento e da inadimplência em dezembro devido ao elevado índice de compras realizadas para as festas de final de ano (Black Friday, Natal e Ano Novo), o aumento da inadimplência das famílias capixabas foi menor do que o observado em 2023. Na análise interanual, 2024 fechou com 2,8 mil famílias inadimplentes a menos que em 2023, resultado importante para o início do ano, pois indica uma maior capacidade de pagamento das famílias.

Essa diferença foi maior entre as famílias de menor renda. Em 2023, o percentual de famílias inadimplentes em dezembro foi de 43,9%, já em 2024 o percentual foi de 38,0%. Para as famílias de maior renda, a diferença percentual da inadimplência foi de 2,9 pp.

Outro aspecto importante da PEIC foi o aumento na capacidade de quitação das dívidas em atraso das famílias capixabas. Segundo os dados, houve um aumento de 0,5 pp, entre novembro (21,4%) e dezembro (21,9%) de 2024, no percentual de famílias capixabas que afirmam serem capazes de pagar suas dívidas em atraso.

Em comparação com 2023, houve um aumento de 3,1 pontos percentuais no número de famílias capixabas que se declaram capazes de quitar suas dívidas em 2024, que chegou a 21,9%. Este crescimento representa 1,1 mil novas famílias que afirmam serem capazes de pagar seus débitos.

Posto de outro modo, dentre os inadimplentes, 3 mil capixabas afirmam terem condições de quitar integralmente suas dívidas.

Em síntese, os resultados apontam que apesar do leve aumento da inadimplência, as famílias capixabas apresentam uma maior segurança na sua capacidade de pagamento das dívidas em atraso.

Resultado importante para as empresas que promovem crédito e para o comércio, pois podem implicar em uma maior propensão ao consumo das famílias.

Os resultados de dezembro de 2024 da Pesquisa do Endividamento e Inadimplência (PEIC) também apresentaram uma redução do número de famílias de menor renda com elevado comprometimento da renda. Em dez/24, o percentual de famílias de menor renda com mais de 50% da renda comprometida chegou a 22,2%, o que representa uma redução de 0,6 pp. Houve também redução do percentual de famílias com até 10% da renda comprometida com renda, o que indica uma concentração (51,4%) das famílias com 10% a 50% da renda comprometida com dívidas.

Para as famílias com maior renda, houve aumento de 0,6 pp das famílias em que mais de 50% da renda está comprometida com dívidas, chegando a 5,9% em dezembro.

Além disso, em dez/24 houve aumento do percentual de famílias com menos de 10% da renda comprometida com dívidas, saindo de 50,9% em novembro para 51,2% em dezembro.

Em síntese, os resultados indicam que em dezembro houve redução da liberdade financeira das famílias capixabas com menor renda, devido a concentração das famílias com elevado grau de comprometimento da renda (73,6% das famílias com comprometimento da renda acima de 10%). Por outro lado, ou aumento da liberdade financeira das famílias de maior renda (48,8% das famílias com comprometimento da renda acima de 10%).

Inadimplência e Endividamento: Highlights de JAN/2025

CONSUMO

. Inadimplência aumentou 0,9 pp de nov/24 (32,7%) para dez/24 (33,6%), o que implica em 12,8 mil novas famílias (34,1 mil pessoas) inadimplentes.

. A inadimplência em dez/24 foi 5,2 pp menor que em dez/23 (38,8%), o que implica em 74,3 mil famílias (aprox. 198,3 mil pessoas) inadimplentes a menos.

. Das 480 mil famílias inadimplentes (33,6%), 105 mil (21,9%) declaram capazes de quitar suas dívidas.
. A capacidade de pagamento das dívidas em atraso apresentou uma tendência de crescimento.

. Aumento nas dívidas de curto prazo em dezembro chegando a 51,6% para as famílias com menor renda) e 58,8% para as com maior renda.

TENDÊNCIA : Fontes de Financiamento e Bem-Estar

A forma como diferentes grupos sociais acessam e utilizam recursos financeiros pode revelar muito sobre seu poder aquisitivo e bem-estar econômico e social. O crédito pode servir para você antecipar o consumo de algo que só poderia adquirir no futuro, e também para atender despesas emergenciais devido a eventos inesperados, tais como problemas de saúde, acidentes, ou outros imprevistos.

> **Os juros podem ser entendidos como o custo da impaciência ou como o custo da imprudência por não se preparar financeiramente para o gosto**

Em geral, as fontes de empréstimo utilizadas pela sociedade dizem muito a respeito do seu padrão, ou tendência, de consumo. Por exemplo, créditos de fácil acesso como Crédito Pessoal e Cartão de Crédito, por não exigirem maior planejamento financeiro e ou elevada burocracia, tendem a ser utilizados para consumos de curto prazo (“gastos cotidianos”). Por outro lado, os Financiamentos tendem a ser mais burocráticos pois exigem uma maior capacidade de pagamento (poder aquisitivo) no longo prazo.

Nesse sentido, as famílias que utilizam o crédito pessoal frequentemente o fazem para cobrir despesas correntes e necessidades imediatas. Segundo a Serasa o Crédito Pessoal costuma ser utilizado para quitar dívidas com juros mais altos; cobrir despesas de emergência; fazer um curso; viajar; comprar um imóvel; realizar um casamento ou um aniversário; bancar despesas médicas.

Esses gastos, em geral, refletem um menor poder compra tanto no curto quando longo prazo, o que leva a necessidade de se tomar crédito para a manutenção do consumo cotidiano. Portanto, este comportamento pode indicar uma fragilidade financeira subjacente, onde a renda regular não é suficiente para manter o padrão de vida desejado. Já as famílias que concentra seus esforços na aquisição de crédito para o financiamento imobiliário geralmente possuem uma estrutura financeira de longo prazo mais equilibrada.

Embora também assumam dívidas significativas, estas são direcionadas à construção de patrimônio. O financiamento imobiliário, apesar de representar um compromisso financeiro grande e de longo prazo, normalmente oferece taxas de juros mais baixas, facilitando a administração do orçamento familiar. Além disso, a aquisição de um imóvel próprio pode contribuir para uma maior sensação de segurança e estabilidade, elementos fundamentais para o bem-estar psicológico.

Outra característica importante para se considerar é a taxa de juros associada a fonte de crédito utilizada. Para o Banco Central do Brasil, os juros podem ser entendidos como o custo da impaciência ou como o custo da imprudência por não se preparar financeiramente para o gosto. Os juros são um aspecto importante do crédito, pois afetam diretamente o custo efetivo total do crédito, que pode ser superior ao montante adquirido no empréstimo.

As taxas de juros mais elevadas associadas a modalidades de crédito de curto prazo (cartão de crédito e crédito pessoal) tendem a criar um ciclo de dependência financeira, potencialmente reduzindo o bem-estar a longo prazo. A necessidade constante de recorrer a este tipo de financiamento pode gerar estresse crônico e ansiedade relacionada a questões financeiras.

A escolha entre estas diferentes modalidades de financiamento, embora importante para uma boa gestão financeira, nem sempre é uma opção, mas, sim, um reflexo das condições socioeconômicas da família.

Esta distinção nos padrões de financiamento não apenas reflete, mas também pode ampliar as desigualdades sociais existentes. O acúmulo de patrimônio através do financiamento imobiliário tende a criar um ciclo virtuoso de maior estabilidade financeira e bem-estar, enquanto o uso frequente de crédito pessoal pode perpetuar um ciclo de vulnerabilidade econômica e social.

Tendo em vista a importância da gestão das finanças pessoais é possível encontrar diversos cursos gratuitos na internet. Por exemplo, na Escola Virtual (escolavirtual.gov.br) é possível encontrar cursos sobre Finanças Pessoais.

A disponibilização gratuita de cursos de gestão financeira ajuda a sociedade e tendem a serem refletidos na redução da inadimplência e do endividamento das famílias. Além disso, à medida em que melhoram esses indicadores, tais cursos acabam fomentando o consumo consciente e beneficiando o comércio.

Opinião do Empresariado Capixaba

A evolução das formas de pagamento e a integração entre os canais de venda são temas cada vez mais relevantes no varejo. Para abordar essas tendências, entrevistamos Glenda Ursula Amaral, presidente do Sindicato dos Lojistas do Comércio de Vila Velha, que compartilhou insights sobre o aumento do uso do PIX, as preferências dos consumidores em relação ao parcelamento e a consolidação do modelo Figital, que combina o melhor do mundo físico e digital.

> **Houve um aumento significativo no pagamento por PIX. Cada vez mais pessoas estão adotando essa modalidade, e o varejo tem se adaptado**

Suas observações trazem uma perspectiva prática sobre como essas mudanças estão impactando o comportamento de compra e as estratégias do comércio:

"Houve um aumento significativo no pagamento por PIX. Cada vez mais pessoas estão adotando essa modalidade, e o varejo tem se adaptado, oferecendo, por exemplo, descontos para quem paga dessa forma. Isso atrai muitas pessoas que buscam economizar. No entanto, ainda há uma parcela considerável de consumidores que preferem parcelar em até dez vezes. Essas pessoas querem garantir o produto e o desconto, mas optam pelo parcelamento como alternativa. Assim, tanto o PIX quanto o parcelamento em várias vezes têm grande adesão.

O perfil dos consumidores que utilizam PIX ou parcelamento é bem variado e depende muito do poder de compra de cada um no momento. Hoje em dia, não importa se a pessoa é mais jovem ou mais velha, o uso do PIX já está amplamente disseminado. Porém, há consumidores que ainda preferem parcelar. No geral, é a situação financeira que determina a escolha. Muitas pessoas optam pelo PIX para aproveitar descontos, algo que percebemos claramente. Mas, em outros casos, o consumidor não consegue pagar o valor total de uma só vez, então recorre ao parcelamento. Isso independe de idade ou gênero — é muito mais uma questão econômica e do tipo de produto que se deseja adquirir.

O Figital continua muito forte. Muitos clientes pesquisam online e depois finalizam a compra na loja física, ou fazem o inverso: conferem o produto na loja física e compram pela internet. Um ponto positivo das lojas físicas é que, muitas vezes, oferecem um prazo de entrega menor, o que acaba influenciando a decisão do consumidor. Porém, as vendas online têm crescido bastante, e esse movimento de "ida e volta" entre os canais é cada vez mais comum. Além disso, existem consumidores que ainda valorizam a experiência de ir à loja, de ver e tocar o produto pessoalmente. Mesmo assim, as vendas digitais seguem em constante crescimento e consolidando sua força no mercado."

Nota metodológica:

A estimação do número de famílias endividadas ou inadimplentes foi realizada a partir das informações divulgadas pela CNC e pelo Censo Demográfico realizado pelo IBGE em 2022. Para determinar o número de famílias, a ideia de núcleo familiar da CNC (pessoas que moram com o entrevistado) foi extrapolada para ideia de domicílio particular permanente ocupado do IBGE (local estruturado, separado e independente, destinado a habitação de uma ou mais pessoas).
Assim, utilizamos a seguinte lógica:

NFE = PFE x NDPPO
Número de famílias endividadas = % de Famílias endividadas x Número de domicílios particulares

Sendo:
NFE – Número de famílias endividadas apresentado pela Equipe Connect/Fecomercio
PFE – Percentual de famílias endividadas, disponibilizado pela CNC
NDPPO – Número de Domicílios Particulares permanentes ocupados, divulgados pelo IBGE no Censo Demográfico de 2022.

Referências

https://www.bcb.gov.br/cidadaniafinanceira/cursos
https://www.bcb.gov.br/meubc/calculadoradocidadao
https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/Folhetos_Serie_II_Financas_Pessoais/folder_serie_II_uso_credito.pdf
https://www.serasa.com.br/credito/blog/o-que-e-credito-pessoal-entenda-tudo-sobre-esse-tipo-de-emprestimo/

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral I Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br