

NOTA TÉCNICA | INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS (ICF)
Maceió - Novembro de 2025

Lucas Sorgato,
assessor econômico do Instituto Fecomércio AL

Os dados mostram que o consumidor de Maceió segue consumindo, mas com cada vez mais cautela. O Índice de Consumo das Famílias ainda está acima dos 100 pontos, o que tecnicamente indica um nível de confiança positivo, porém a trajetória recente é de enfraquecimento. Em um ano, o índice perdeu vários pontos e, mês após mês, vem se aproximando da linha que separa confiança de desconfiança. Na prática, isso significa que o consumo não colapsou, mas está andando no limite, sustentado mais pela necessidade do que pelo entusiasmo.

Tabela 01: Comparação mensal e anual do índice ICF (NOV/25)

nov/24	108,3
out/25	103,8
nov/25	102,6

Fonte: Instituto Fecomércio AL com base nos dados da Confederação Nacional do Comércio – CNC.

Quando se olha para os componentes do índice, fica claro onde está o problema. Emprego atual e renda atual continuam com avaliações relativamente boas. As famílias ainda percebem que estão empregadas e que a renda existe, o que ajuda a segurar o consumo básico. No entanto, essa sustentação é frágil. Na comparação com o ano anterior, tanto emprego quanto renda já mostram perda de força, sinalizando que o conforto do consumidor vem diminuindo aos poucos. Ou seja, mesmo com trabalho e renda, sobra pouco espaço no orçamento para ampliar gastos.

Tabela 02: Decomposição do ICF para Maceió em subíndices (NOV/2025)

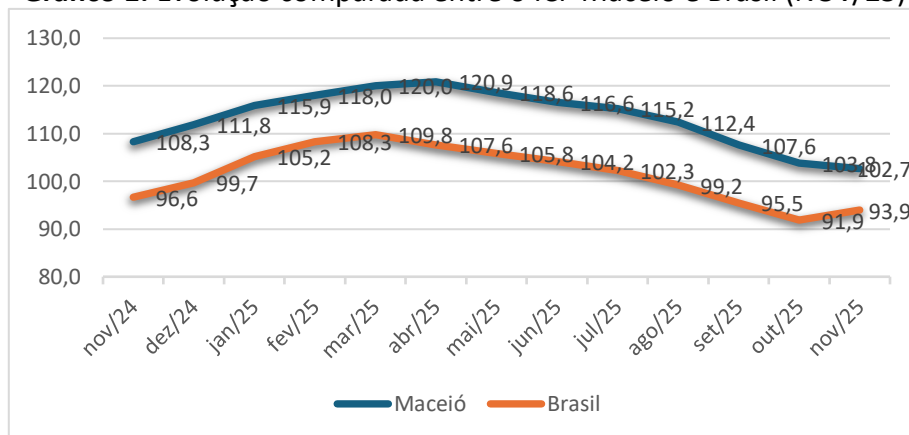
	ICF NOV/25	Var Mensal	Var Anual
Emprego Atual	129,2	0,29%	-4,45%
Renda Atual	113,0	1,09%	-5,87%
Consumo Atual	82,4	-0,07%	-5,69%
Perspectiva Profissional	123,7	-1,53%	-19,81%
Perspectiva Consumo	100,2	-1,48%	7,89%
Credito	101,4	-0,90%	4,48%
Bens Duráveis	67,8	-6,75%	-4,50%

Fonte: Instituto Fecomércio AL com base nos dados da Confederação Nacional do Comércio – CNC.

Essa pressão aparece de forma muito clara no consumo atual. O indicador que mede o quanto as famílias se sentem confortáveis para consumir agora está bem abaixo dos 100 pontos. Isso revela um consumidor contido, que compra o essencial, mas evita excessos. Promoções, descontos e compras pontuais ajudam a manter algum movimento no comércio, mas não há disposição generalizada para gastar mais. O orçamento está apertado e qualquer decisão de compra passa por muito mais cuidado.

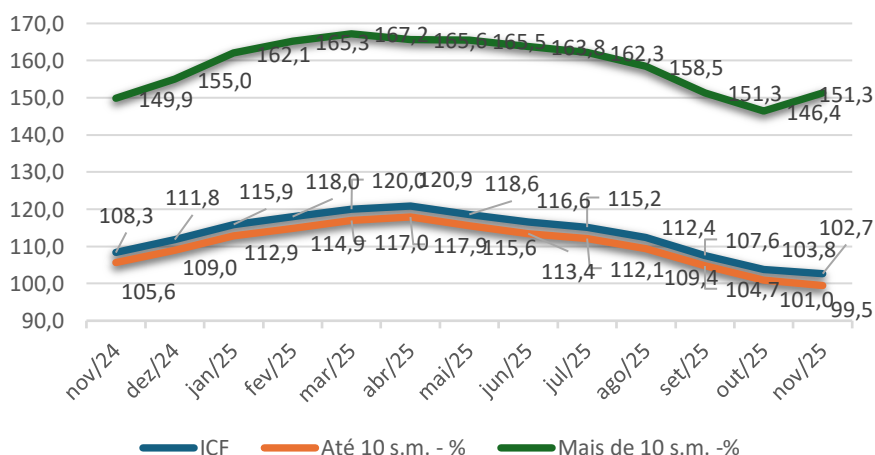
O cenário fica ainda mais evidente quando se observa o indicador de bens duráveis. Esse é, de longe, o ponto mais fraco do índice. A avaliação está muito baixa, mostrando que o consumidor considera este um péssimo momento para comprar itens de maior valor, como eletrodomésticos, móveis ou eletrônicos. Isso está diretamente ligado ao custo do crédito. Com juros elevados, parcelar ficou caro demais, e o medo de comprometer a renda futura faz com que essas compras sejam adiadas.

Gráfico 1: Evolução comparada entre o ICF Maceió e Brasil (NOV/25)



Fonte: Instituto Fecomércio AL com base nos dados da Confederação Nacional do Comércio – CNC.

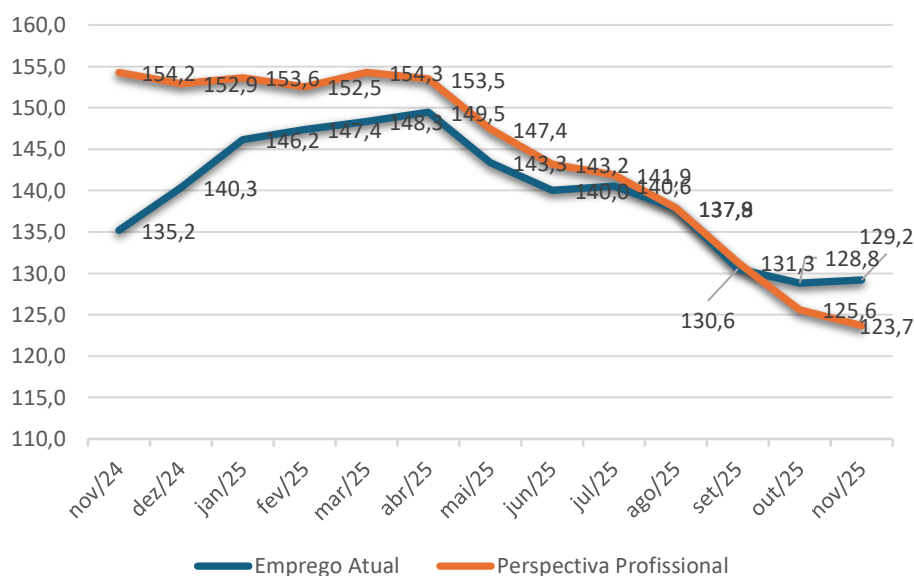
Gráfico 2: Evolução do ICF por recorte de renda para Alagoas (NOV/25)



Fonte: Instituto Fecomércio AL com base nos dados da Confederação Nacional do Comércio – CNC.

As expectativas em relação ao futuro também ajudam a explicar esse comportamento mais defensivo. A percepção sobre a situação profissional nos próximos meses caiu de forma significativa, tanto no curto quanto no longo prazo. Mesmo quem está empregado hoje não tem tanta confiança de que sua condição vai melhorar ou se manter estável adiante. Esse tipo de insegurança costuma travar decisões de consumo, pois as famílias preferem se proteger diante de um futuro incerto.

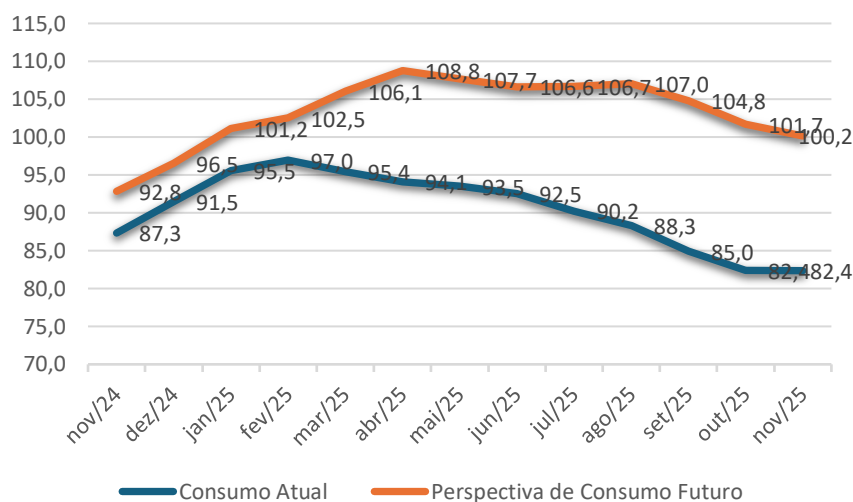
Gráfico 3: Percepção do emprego por parte das famílias em Maceió (NOV/25)



Fonte: Instituto Fecomércio AL com base nos dados da Confederação Nacional do Comércio – CNC.

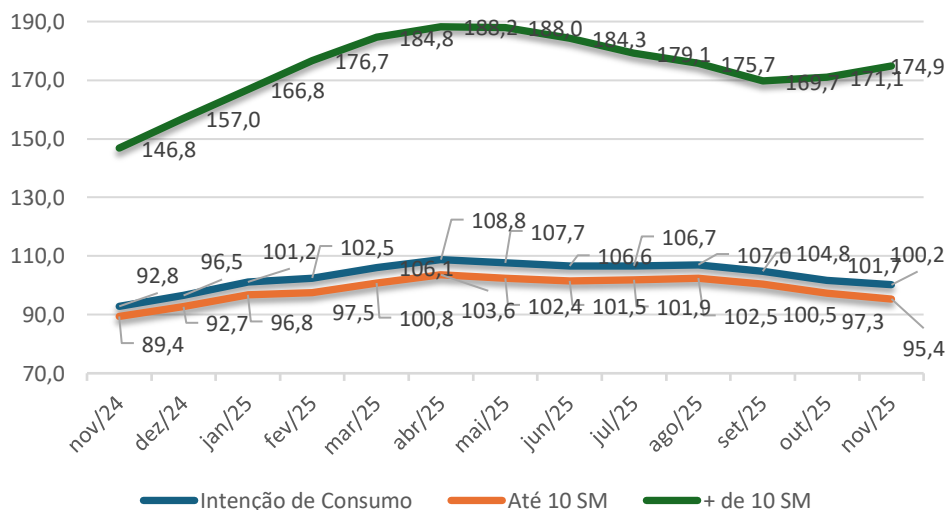
A perspectiva de consumo até resiste um pouco melhor quando se olha para um horizonte mais longo, mas na margem também começa a enfraquecer. Isso indica que o consumidor até acredita que pode voltar a consumir mais à frente, porém não agora. No curto prazo, o sentimento é de espera, ajuste e controle de gastos. É o típico comportamento de quem está “pisando no freio”, aguardando sinais mais claros de melhora da economia.

Gráfico 4: Percepção do consumo das famílias em Maceió (NOV/25)



Fonte: Instituto Fecomércio AL com base nos dados da Confederação Nacional do Comércio – CNC.

Gráfico 05: Intenção de consumo por renda em Maceió (NOV/25)

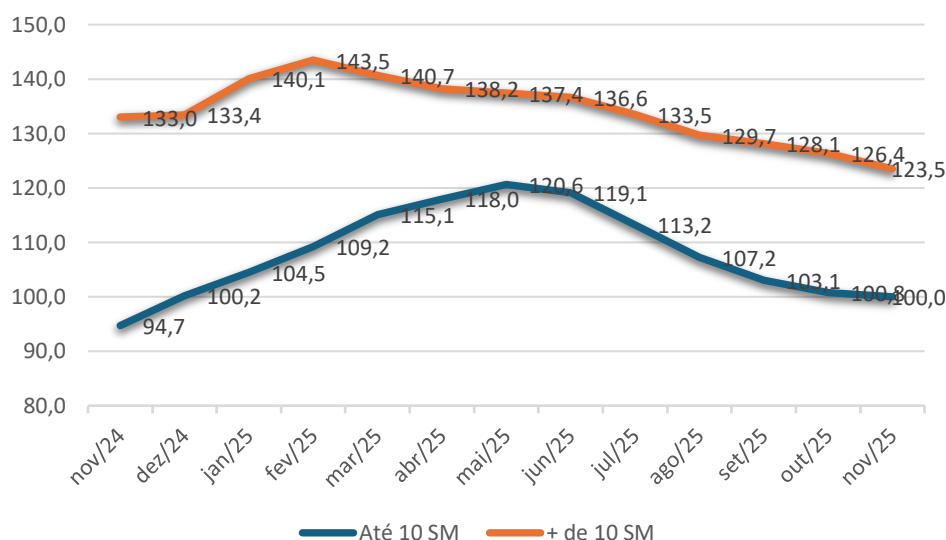


Fonte: Instituto Fecomércio AL com base nos dados da Confederação Nacional do Comércio – CNC.

O acesso ao crédito ajuda a explicar essa resiliência parcial. Na comparação com o ano passado, a percepção de acesso ainda é melhor, mas mês a mês esse indicador vem perdendo força. O crédito existe, mas está mais caro e mais restrito. Isso não

impede totalmente o consumo, mas muda seu perfil: menos parcelamentos longos, menor valor médio das compras e maior busca por condições especiais de pagamento.

Gráfico 06: Acesso a crédito (compras a prazo) (NOV/25)



Fonte: Instituto Fecomércio AL com base nos dados da Confederação Nacional do Comércio – CNC.

Em resumo, apesar da Black Friday, o conjunto dos dados mostra um consumidor que não está em colapso, mas está claramente mais defensivo. Emprego e renda ainda seguram o consumo básico, porém o medo do futuro, o custo do crédito e o aperto no orçamento estão travando decisões maiores. Para o comércio e os serviços, isso significa um ambiente mais difícil, em que vender depende cada vez mais de preço, condições de pagamento, promoções e estratégias bem direcionadas. O consumo segue existindo, mas perdeu fôlego e está muito mais seletivo.