




Fecomércio MG
Sesc | Senac

**INTENÇÃO DE CONSUMO
DAS FAMÍLIAS**
Belo Horizonte - Fevereiro/2017

Intenção de Consumo

A Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) é um indicador capaz de medir, com precisão, a avaliação que os consumidores fazem sobre aspectos relacionados à condição de vida de sua família, tais como a sua capacidade e qualidade de consumo, atual e de curto prazo, nível de renda doméstico e segurança no emprego.

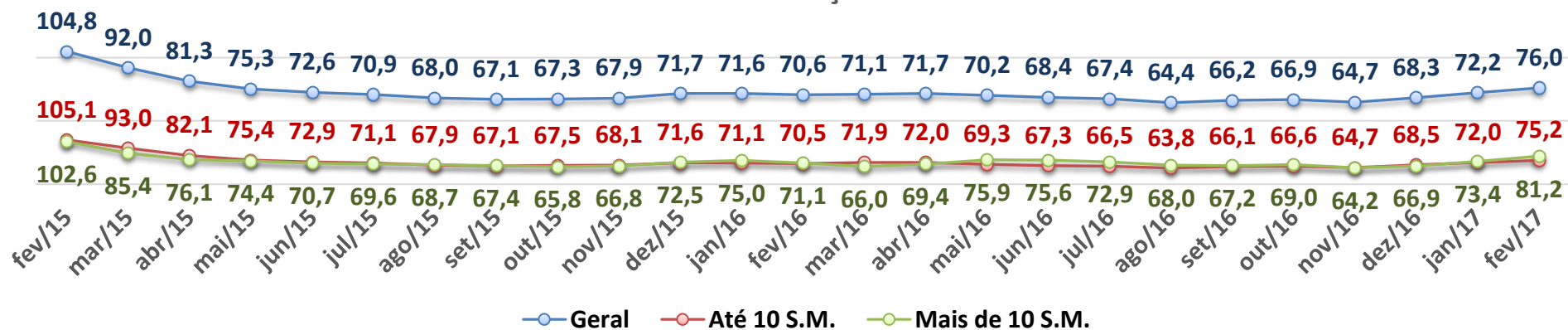
Por partir do ponto de vista dos consumidores, trata-se de um indicador antecedente do consumo, precedendo, portanto, indicadores de volume de vendas. É uma ferramenta estratégica para as políticas econômicas, atividades produtivas, consultorias e instituições financeiras.

Por meio de sua dimensão, é possível identificar a satisfação/insatisfação dos consumidores. Um índice abaixo de 100 pontos indica uma percepção de insatisfação, enquanto acima de 100 (com limite de 200 pontos) indica o grau de satisfação em termos de emprego, renda e capacidade de consumo. A Pesquisa investiga sete itens que podem ser avaliados separadamente e também de forma segmentada em dois níveis de renda.

Fevereiro

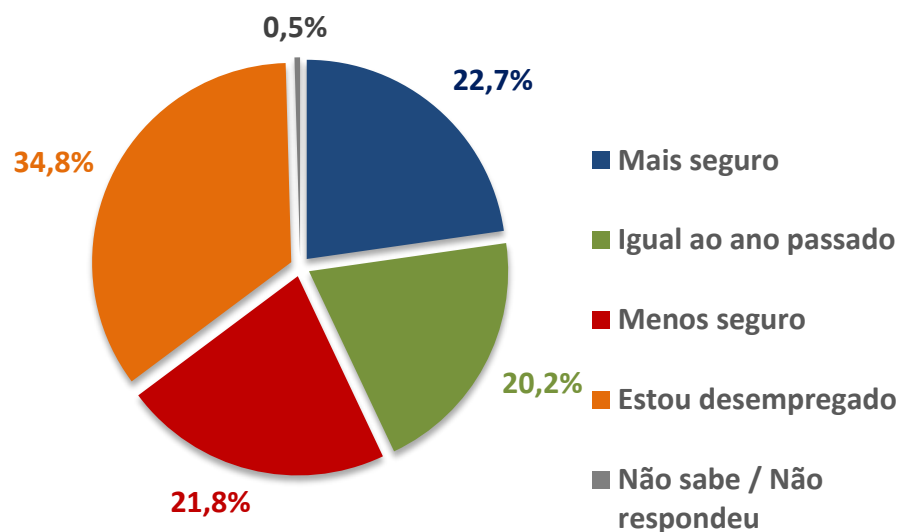
O ICF apresentou aumento de 3,8 pontos nesta avaliação, assumindo a pontuação de 76,0. Todos os indicadores (perspectiva profissional, renda atual, acesso ao crédito, nível de consumo, perspectiva de consumo e momento para duráveis) apresentaram elevação na passagem de janeiro para fevereiro. Apesar da evolução positiva do indicador, a confiança segue no nível de insatisfação, ficando abaixo dos 100 pontos.

Série histórica - Intenção de Consumo



Emprego Atual

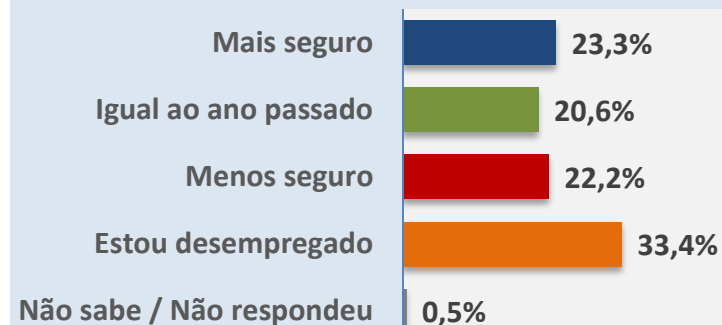
Em relação ao seu emprego, como o(a) Sr(a) se sente em comparação com sua situação no mesmo período do ano passado?



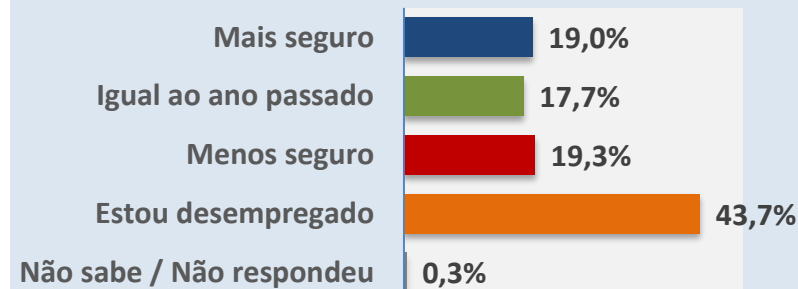
O índice de emprego atual assumiu, nessa avaliação, o valor de 100,9 pontos, resultado superior ao observado no mês anterior (100,4).

22,7% dos consumidores sentem-se mais seguros no seu emprego em relação ao mesmo período do ano passado.

Renda de até 10 salários mínimos



Renda acima de 10 salários mínimos

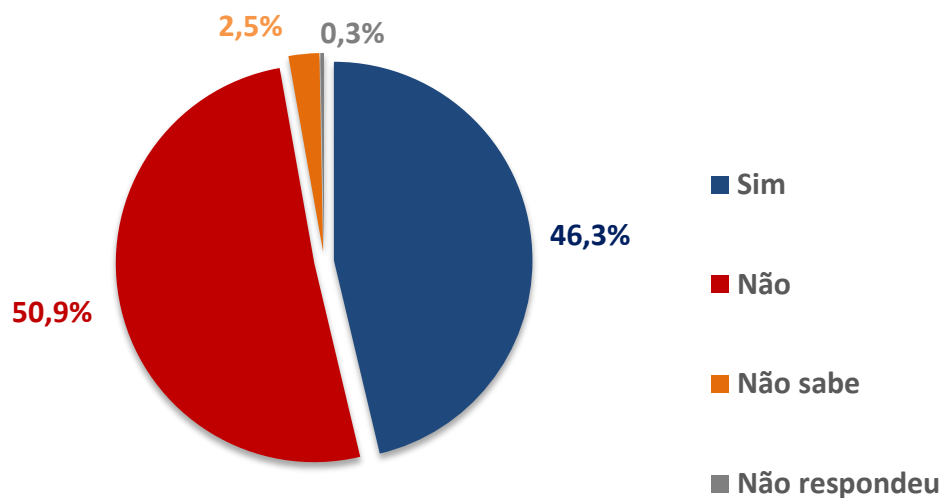


Índice de Emprego Atual

	fev/17	jan/17	fev/16
Geral	100,9	100,4	96,6
Até 10 S.M	101,1	99,4	95,6
Mais de 10 S.M.	99,7	106,8	103,3

Perspectiva Profissional

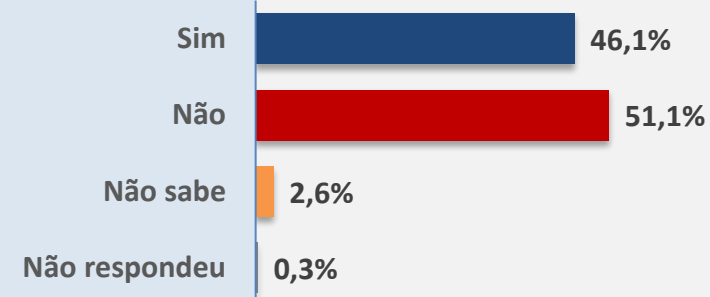
O responsável pelo domicílio acha que terá alguma melhora profissional nos próximos seis meses?



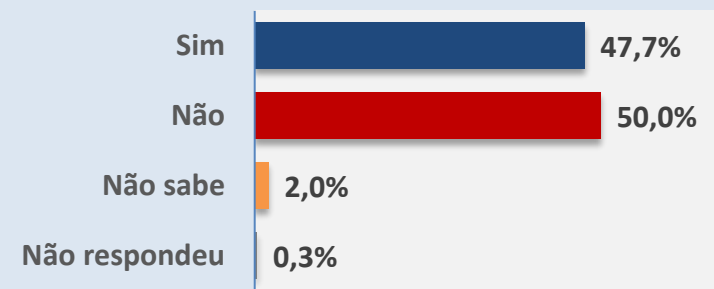
O índice de perspectiva profissional assumiu, nessa avaliação, o valor de 95,4 pontos, resultado 4,6 pontos superior ao obtido na última avaliação (90,8).

50,9% dos entrevistados não acreditam que o responsável pelo domicílio terá alguma melhora profissional nos próximos seis meses.

Renda de até 10 salários mínimos



Renda acima de 10 salários mínimos

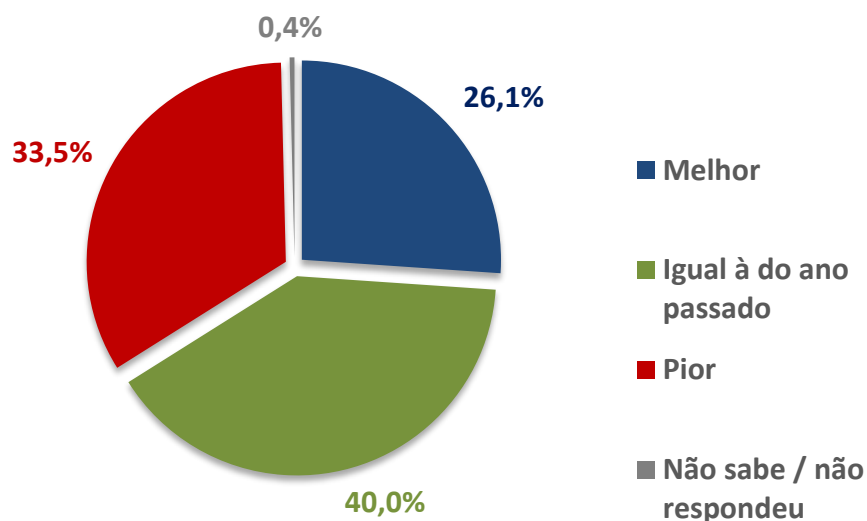


Índice de Perspectiva Profissional

	fev/17	jan/17	fev/16
Geral	95,4	90,8	91,1
Até 10 S.M	95,0	92,0	93,7
Mais de 10 S.M.	97,7	83,1	74,9

Renda Atual

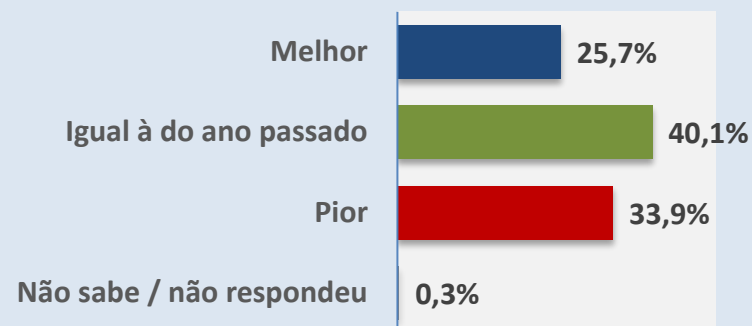
O(a) Sr(a) avalia que hoje, em comparação ao mesmo período do ano passado, a renda familiar está...



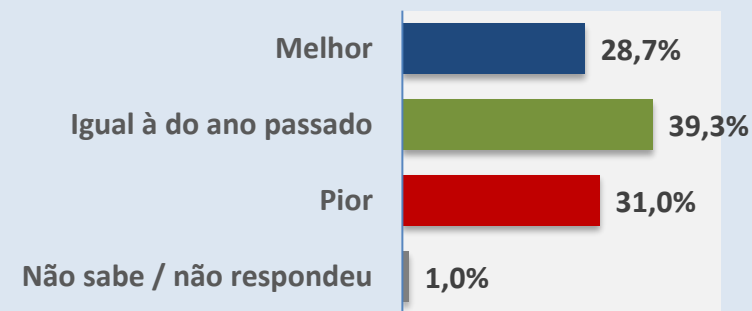
O índice de renda atual assumiu, nessa avaliação, o valor de 92,5 pontos, resultado 2,8 pontos superior ao obtido na última avaliação (89,8).

33,5% dos entrevistados avaliam que, em comparação com o mesmo período do ano passado, a renda da família está pior.

Renda de até 10 salários mínimos



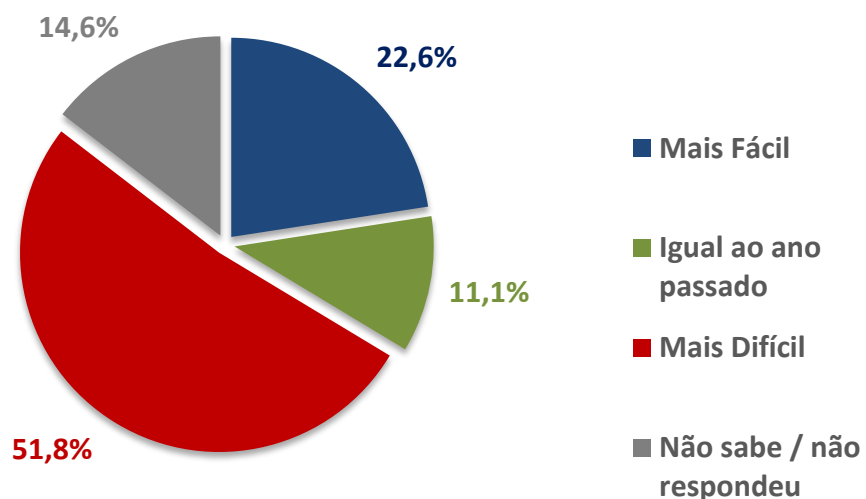
Renda acima de 10 salários mínimos



Índice de Renda Atual			
	fev/17	jan/17	fev/16
Geral	92,5	89,8	97,5
Até 10 S.M	91,7	89,3	96,4
Mais de 10 S.M.	97,7	92,9	104,3

Acesso ao Crédito

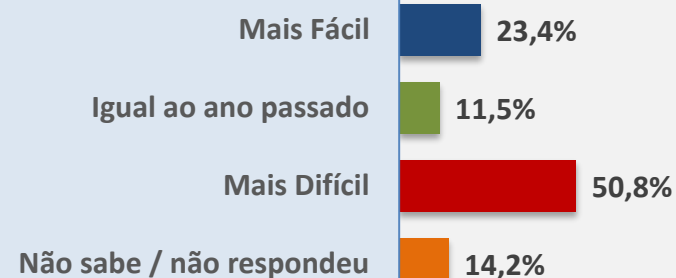
O Sr(a). acha que, comparado ao ano passado, está mais fácil ou mais difícil conseguir empréstimo/crédito para comprar a prazo?



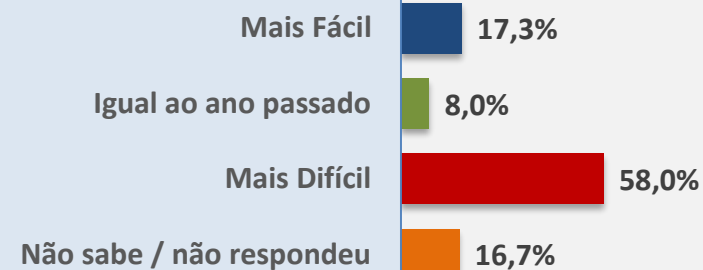
O índice de acesso ao crédito atingiu 70,8 pontos nessa avaliação, resultado 7,6 pontos superior ao obtido na última avaliação (63,2).

51,8% dos consumidores acreditam que está mais difícil conseguir empréstimo/crédito para compras a prazo, em comparação ao ano passado.

Renda de até 10 salários mínimos



Renda acima de 10 salários mínimos

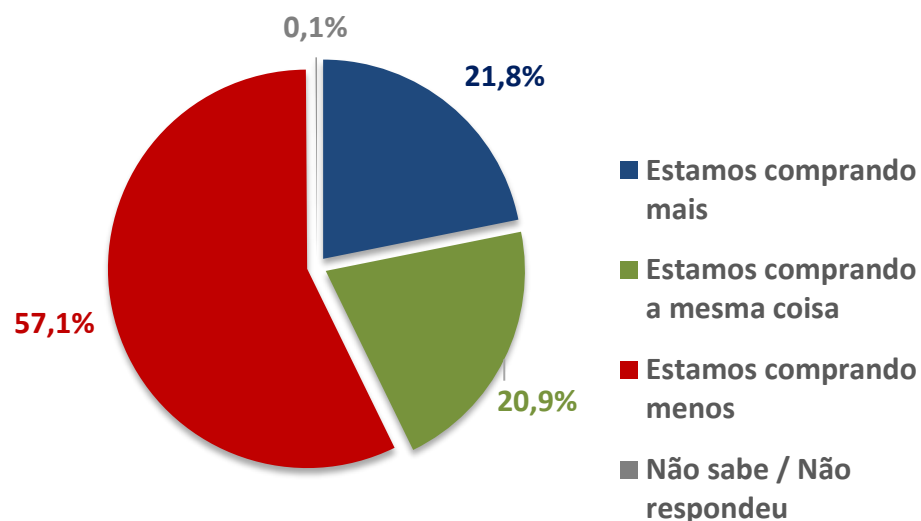


Índice de Acesso ao Crédito

	fev/17	jan/17	fev/16
Geral	70,8	63,2	64,7
Até 10 S.M	72,6	65,0	64,5
Mais de 10 S.M.	59,3	51,9	65,9

Nível de Consumo

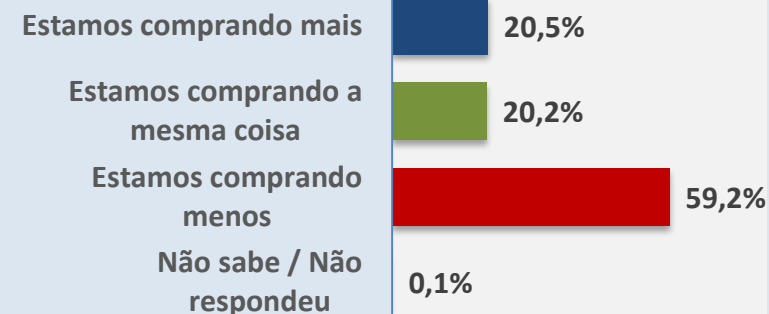
A sua família está, atualmente, comprando mais, menos ou igual ao ano passado?



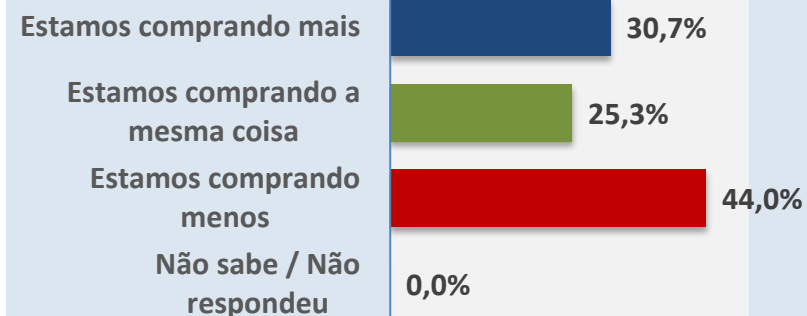
O índice de nível de consumo assumiu, nessa avaliação, o valor de 64,7 pontos, resultado 0,8 pontos superior ao obtido na última avaliação (63,9).

57,1% dos entrevistados afirmaram que a família está comprando menos, em comparação ao ano passado.

Renda de até 10 salários mínimos



Renda acima de 10 salários mínimos

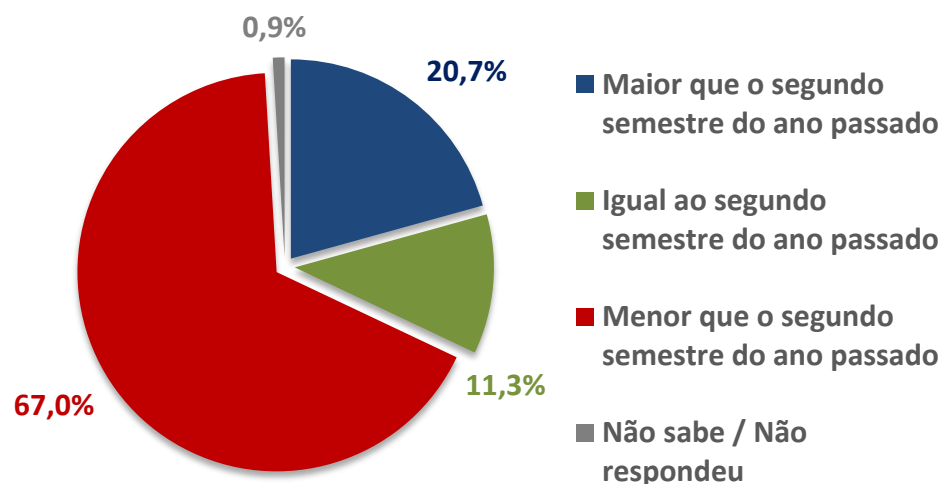


Índice de Nível de Consumo

	fev/17	jan/17	fev/16
Geral	64,7	63,9	50,1
Até 10 S.M	61,3	62,0	48,0
Mais de 10 S.M.	86,7	75,9	63,2

Perspectiva de Consumo

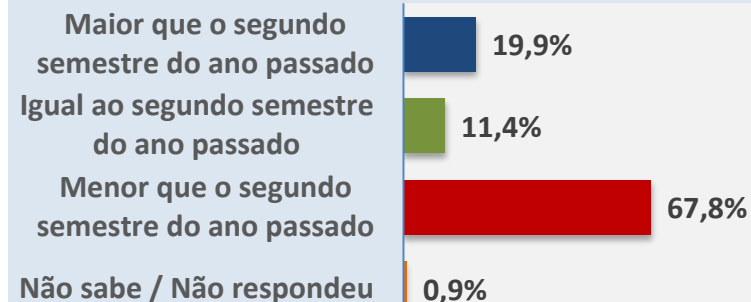
Para os próximos meses, o sr(a). acha que o consumo de sua família e da população em geral tende a ser...?



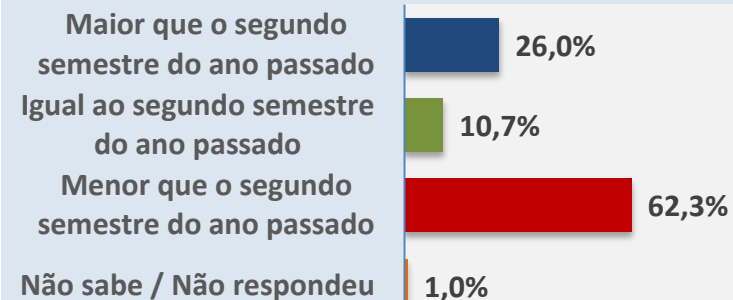
O índice de perspectiva de consumo assumiu, nessa avaliação, o valor de 53,7 pontos, resultado 6,8 pontos superior ao obtido na última avaliação (46,9).

67,0% dos entrevistados avaliam que, nos próximos meses, irão consumir menos do que no segundo semestre do ano passado.

Renda de até 10 salários mínimos



Renda acima de 10 salários mínimos

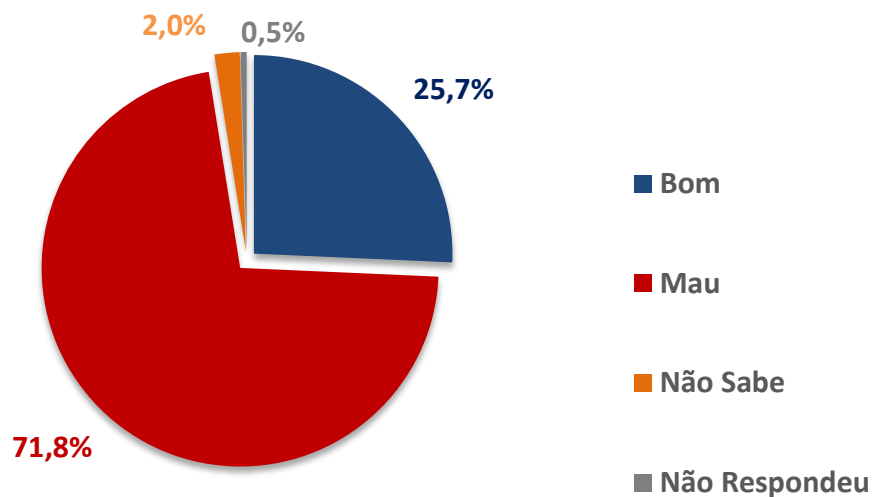


Índice de Perspectiva de Consumo

	fev/17	jan/17	fev/16
Geral	53,7	46,9	55,6
Até 10 S.M	52,1	47,2	58,0
Mais de 10 S.M.	63,7	44,7	40,1

Momento para Duráveis

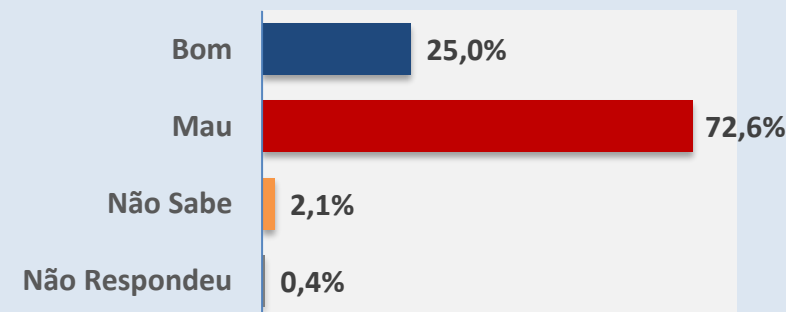
Pensando em bens duráveis para casa, o sr(a) acredita que, em termos gerais, atualmente é um bom ou mau momento para as pessoas comprarem essas mercadorias?



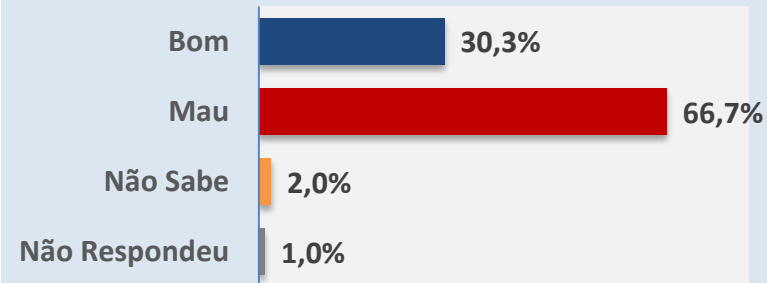
O índice de consumo de bens duráveis assumiu, nessa avaliação, o valor de 53,9, resultado 3,5 pontos superior ao obtido na última avaliação (50,4).

71,8% dos entrevistados avaliam que, em termos gerais, atualmente é um mau momento para a compra de bens duráveis.

Renda de até 10 salários mínimos



Renda acima de 10 salários mínimos



Índice de Consumo de Bens Duráveis

	fev/17	jan/17	fev/16
Geral	53,9	50,4	38,7
Até 10 S.M	52,4	49,2	37,6
Mais de 10 S.M.	63,7	58,6	45,8

Metodologia

O grupo em potencial são famílias residentes no município de Belo Horizonte. O número de famílias entrevistadas foi de 1.000, admitindo um intervalo de confiança de 95% e perfazendo uma margem de erro de 3,5%, isto é, 95% das estimativas podem diferir do valor real da população por, no máximo, 3,5%.

A coleta de dados é realizada sempre nos últimos dez dias do mês.

Realização:



EQUIPE TÉCNICA - ESTUDOS ECONÔMICOS

Responsável: Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida

Analista de Pesquisa: Elisa Castro da Mata Ferreira

Assistente Administrativo: Dayanne Jéssica da Silva Mendes

Pesquisadores: Daylla Themis Vilefort Campos Sato

Joyce do Nascimento Silva

Sabrina Cristina Sousa Santos

Sara Angela dos Santos

Jovem Aprendiz: Gabriela Rocha Maulais Silva

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito. Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a CNC e a Fecomércio MG como fontes da informação.