



 **Fecomércio MG**  
Sesc | Senac

# INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS

Belo Horizonte - Fevereiro/2021

# Intenção de consumo

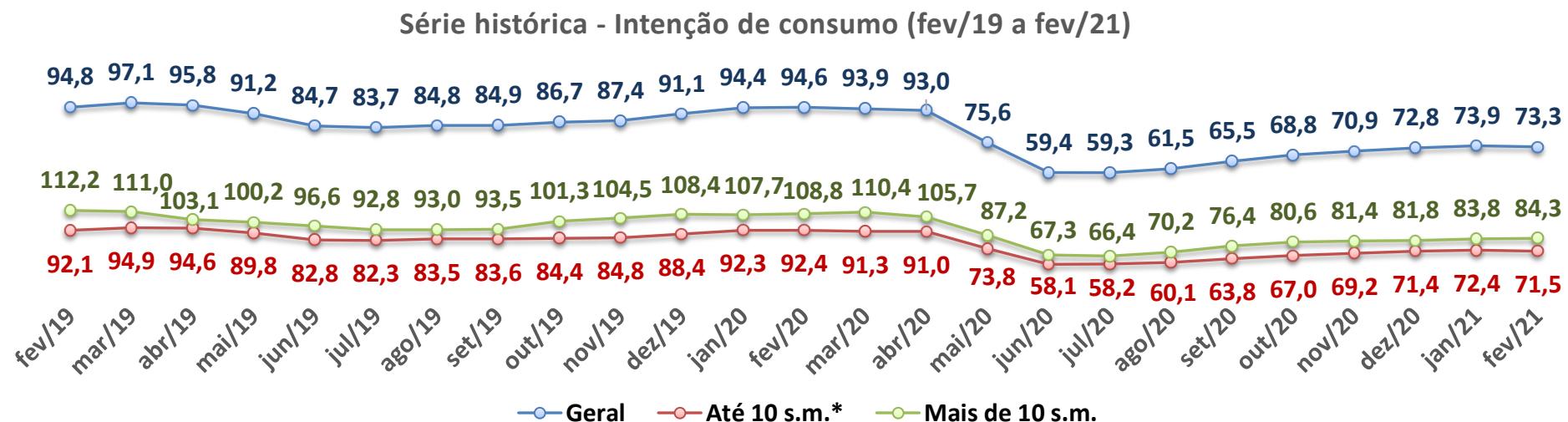
A pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) é um indicador capaz de medir, com precisão, a avaliação que os consumidores fazem sobre aspectos relacionados à condição de vida de sua família, tais como a sua capacidade e qualidade de consumo atuais e de curto prazo, nível de renda doméstico e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

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

Em virtude de sua dimensão, é possível identificar a satisfação/insatisfação dos consumidores. Um índice abaixo de 100 pontos revela uma percepção de insatisfação, enquanto acima de 100 (com limite de 200 pontos) demonstra 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

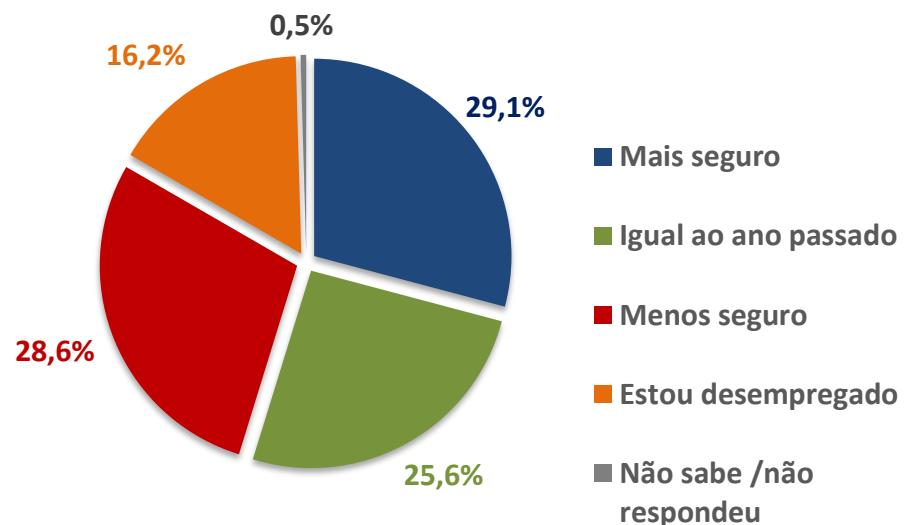
O ICF apresentou uma redução de 0,6 pontos nesta avaliação, assumindo a pontuação de 73,3. A confiança segue, portanto, no nível de insatisfação, ficando abaixo dos 100 pontos.



\*Salários mínimos

## Emprego atual

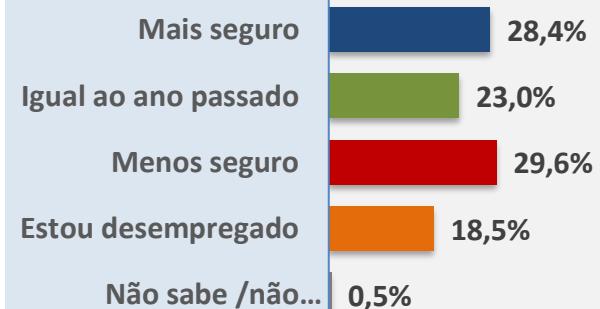
Em relação ao seu emprego, como o(a) sr(a). se sente em comparação com sua situação no mesmo período do ano passado?



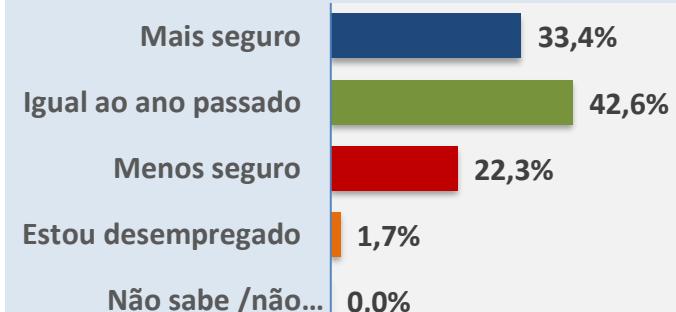
O índice de emprego atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 100,6 pontos, resultado 0,7 pontos superior ao observado no mês anterior (99,9).

29,1% das famílias sentem-se mais seguras no seu emprego, em relação ao mesmo período do ano passado.

### Renda de até 10 salários mínimos



### Renda acima de 10 salários mínimos

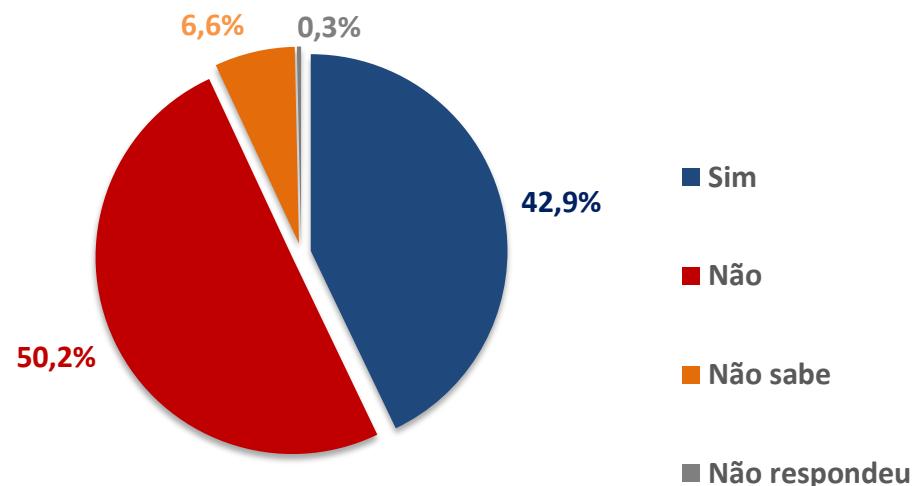


### Índice de emprego atual

	fev/21	jan/21	fev/20
Geral	100,6	99,9	124,2
Até 10 s.m.	98,9	98,4	121,9
Mais de 10 s.m.	111,1	109,1	139,0

## Perspectiva profissional

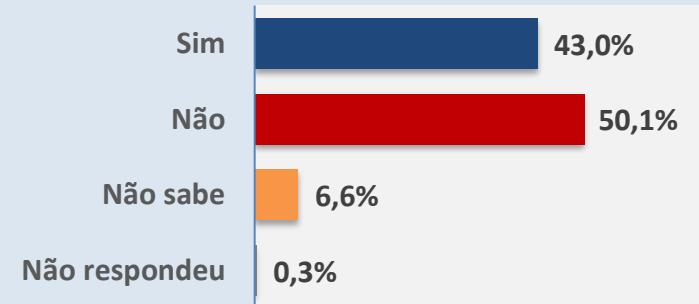
O responsável pelo domicílio acha que terá alguma melhora profissional nos próximos seis meses?



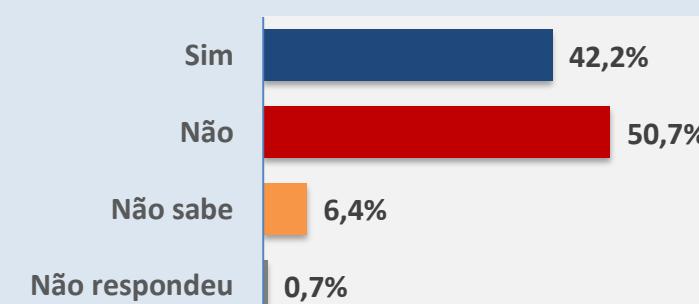
O índice de perspectiva profissional assumiu, nesta avaliação, o valor de 92,7 pontos, resultado 3,3 pontos inferior ao obtido na última análise (96,0).

50,2% 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

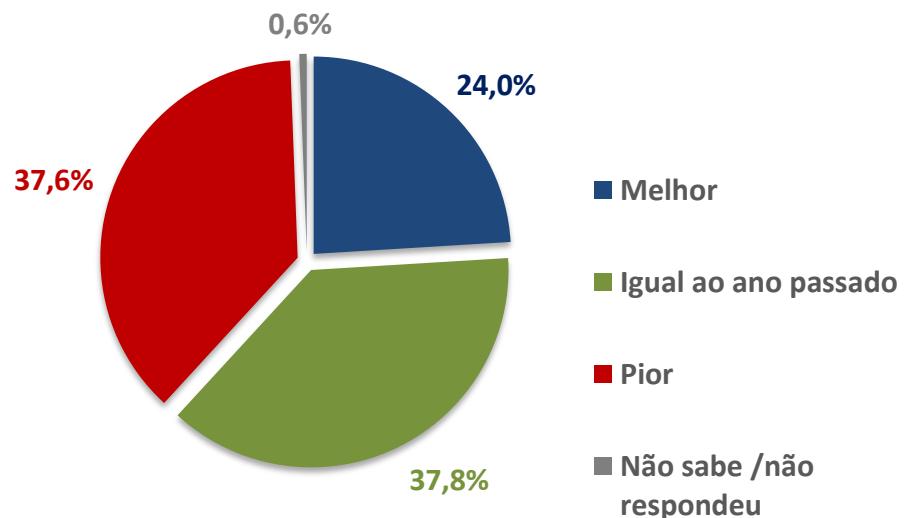


Índice de perspectiva profissional

	fev/21	jan/21	fev/20
Geral	92,7	96,0	102,0
Até 10 s.m.	92,9	96,3	100,2
Mais de 10 s.m.	91,6	93,9	113,6

## Renda atual

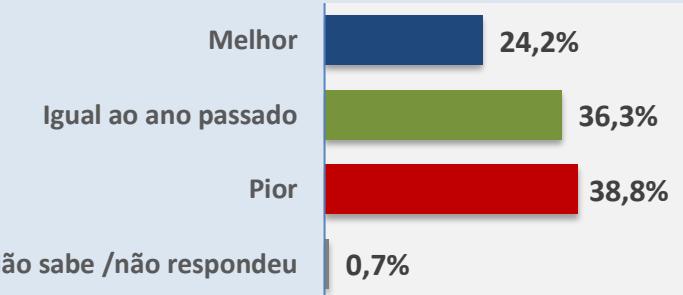
O(a) sr(a). avalia que hoje, em comparação ao mesmo período do ano passado, a renda familiar está...



O índice de renda atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 86,5 pontos, resultado 1,6 pontos superior ao obtido na última análise (84,9).

37,8% dos entrevistados avaliam que, em comparação com o mesmo período do ano passado, a renda da família está igual.

### Renda de até 10 salários mínimos



### Renda acima de 10 salários mínimos

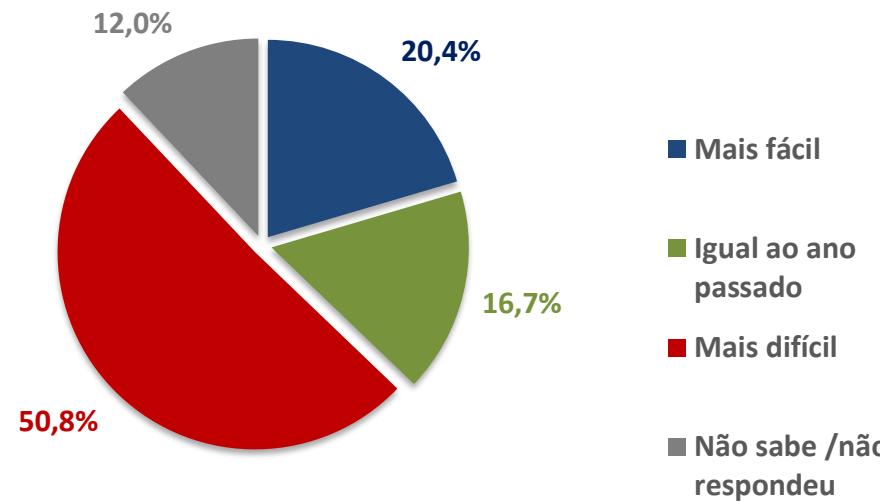


### Índice de renda atual

	fev/21	jan/21	fev/20
Geral	86,5	84,9	105,8
Até 10 s.m.	85,4	83,6	102,3
Mais de 10 s.m.	93,2	93,2	128,1

## Acesso ao crédito

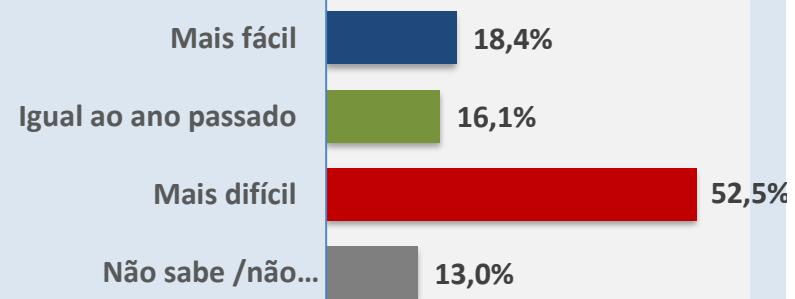
O(a) sr(a). acha que, comparado ao ano passado, está mais fácil ou mais difícil conseguir empréstimo/crédito para comprar a prazo?



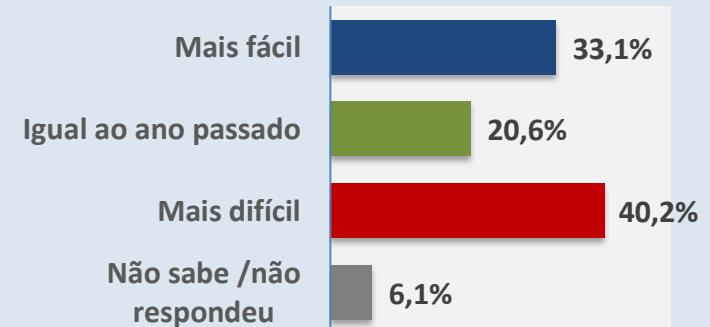
O índice de acesso ao crédito atingiu 69,6 pontos nesta avaliação, resultado 4,4 pontos inferior ao obtido na última análise (74,0).

50,8% 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

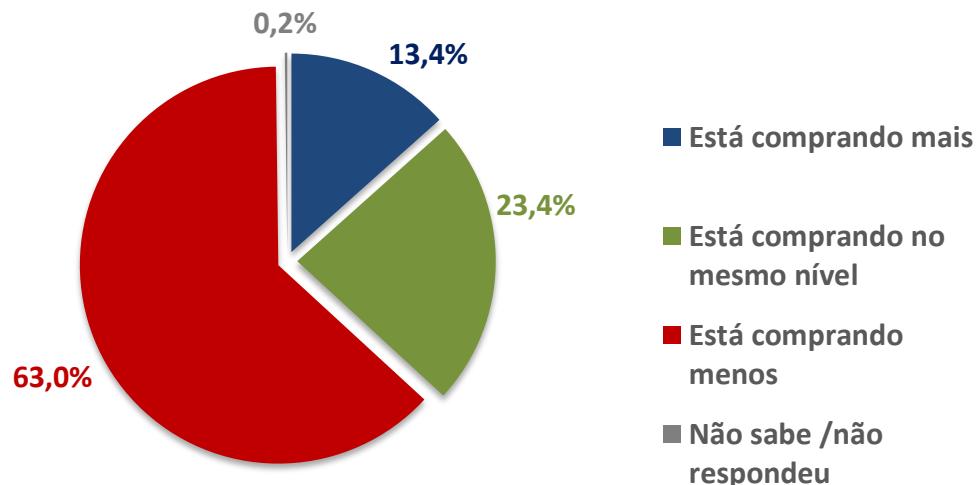


### Índice de acesso ao crédito

	fev/21	jan/21	fev/20
Geral	69,6	74,0	98,8
Até 10 s.m.	66,0	71,9	95,3
Mais de 10 s.m.	92,9	86,8	121,0

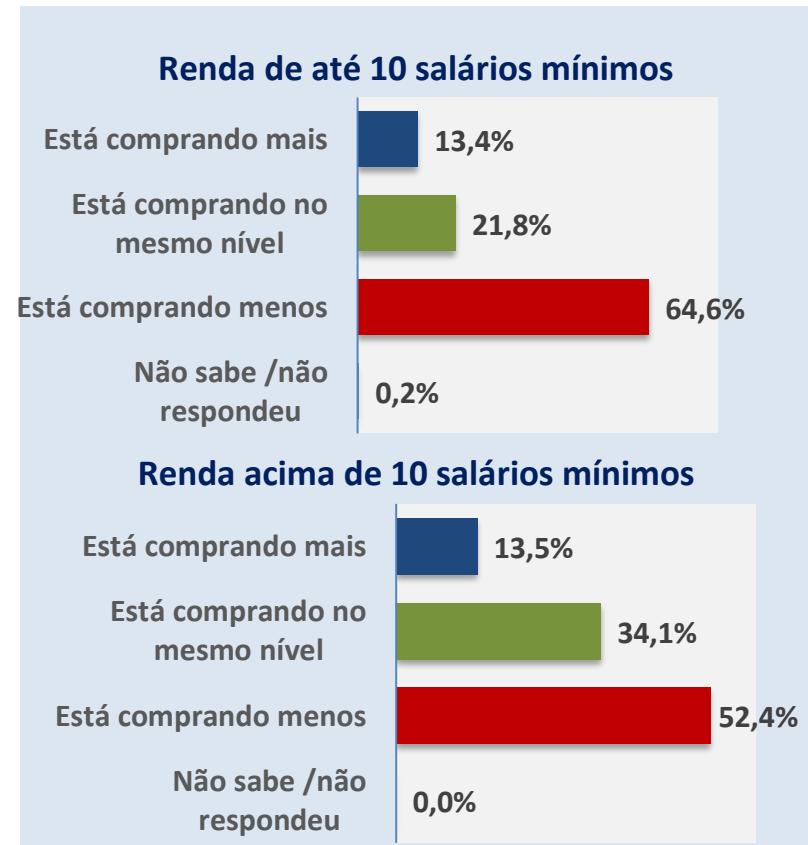
## Nível de consumo

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



O índice de nível de consumo assumiu, nesta avaliação, o valor de 50,4 pontos, resultado em 1,5 pontos inferior ao obtido na última análise (51,9).

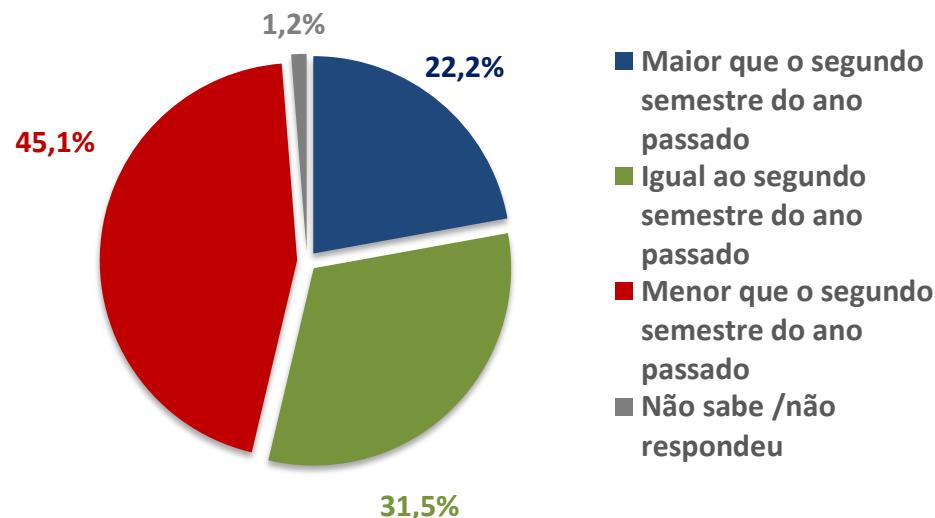
63,0% dos entrevistados afirmaram que a família está comprando menos, em comparação ao ano passado.



	Índice de nível de consumo		
	fev/21	jan/21	fev/20
Geral	50,4	51,9	73,5
Até 10 s.m.	48,7	49,4	70,3
Mais de 10 s.m.	61,1	67,9	93,9

## Perspectiva de consumo

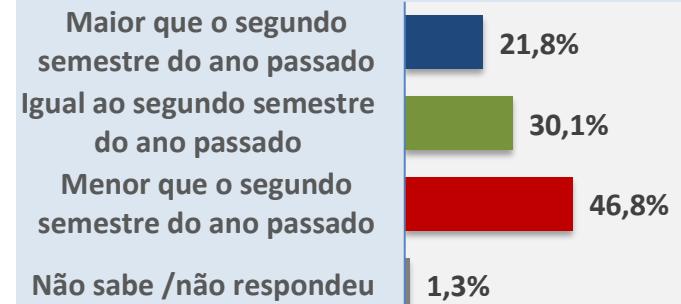
Para os próximos meses, o sr(a). acha que o consumo de sua família e da população em geral tende a ser...



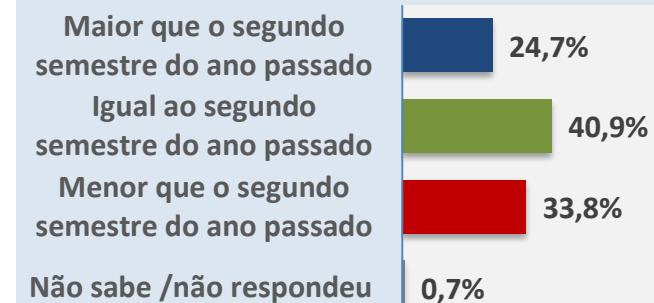
O índice de perspectiva de consumo assumiu, nesta avaliação, o valor de 77,1 pontos, resultado 3,0 pontos superior ao obtido na última análise (74,1).

45,1% dos entrevistados avaliam que, nos próximos meses, irão consumir menos do que no ano passado.

### Renda de até 10 salários mínimos



### Renda acima de 10 salários mínimos

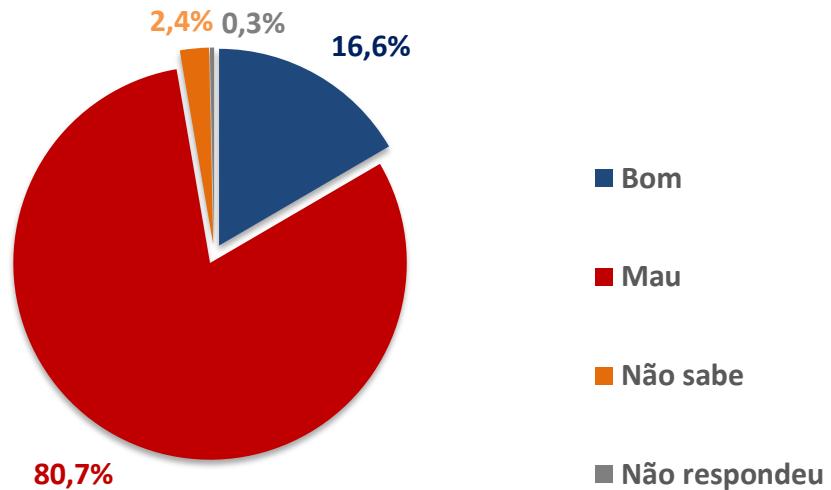


### Índice de perspectiva de consumo

	fev/21	jan/21	fev/20
Geral	77,1	74,1	95,8
Até 10 s.m.	74,9	71,8	96,0
Mais de 10 s.m.	90,9	88,9	94,6

## Momento para duráveis

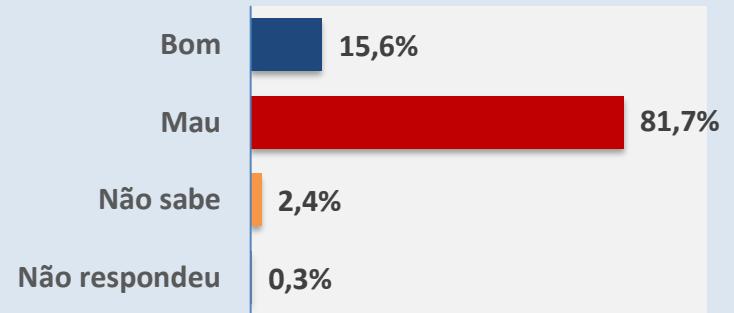
Pensando em bens duráveis para casa, o sr(a). acredita que, em termos gerais, atualmente é um bom ou mau momento para as pessoas comprarem essas mercadorias?



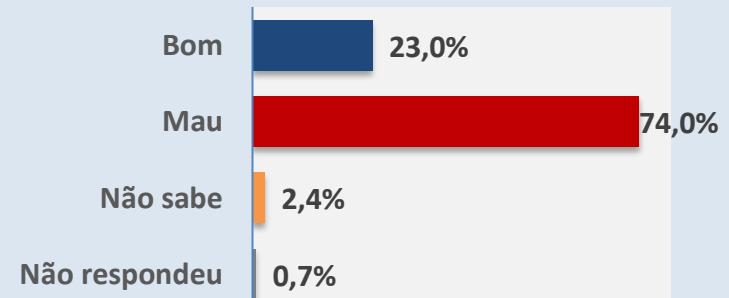
O índice de consumo de bens duráveis assumiu, nesta avaliação, o valor de 35,9 pontos, resultado 0,7 pontos inferior ao obtido na última análise (36,6).

80,7% 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/21	jan/21	fev/20
Geral	35,9	36,6	61,9
Até 10 s.m.	33,9	35,0	60,4
Mais de 10 s.m.	49,0	47,0	71,5

## Metodologia

Consumidores em potencial, residentes no município de Belo Horizonte, com idade superior a 18 anos. Para fixar a precisão do tamanho da amostra, admitiu-se que 95% das estimativas poderiam diferir do valor populacional desconhecido  $p$ (proporção) por, no máximo, 3,5%, isto é, o valor absoluto  $d$ (erro amostral) assumiria, no máximo, valor igual a 0,035, sob o nível de confiança de 95%, para uma população constituída de consumidores em potencial. Preferiu-se adotar o valor antecipado para  $p$ (proporção) igual a 0,50 com o objetivo de maximizar a variância populacional, obtendo-se maior aproximação para o valor da característica na população. Em outras palavras, fixou-se um maior tamanho da amostra para a precisão fixada. Assim, o número mínimo de consumidores a serem entrevistados foi de 1.000, ou seja, com uma amostra de, no mínimo, 1.000 consumidores, esperou-se que 95% dos intervalos de confiança estimados, com semi-amplitude máxima igual a 0,035, contivessem as verdadeiras frequências.

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

### Realização:



#### EQUIPE TÉCNICA - ESTUDOS ECONÔMICOS

**Responsável:** Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida

**Analista de pesquisa:** Carolina Barcelos Teixeira

**Pesquisadores:** Filipe do Nascimento Souza

Jhenifer Grejeanski da Silva

Joyce do Nascimento 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.