




Fecomércio MG
Sesc | Senac

INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS

Belo Horizonte - Março/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.

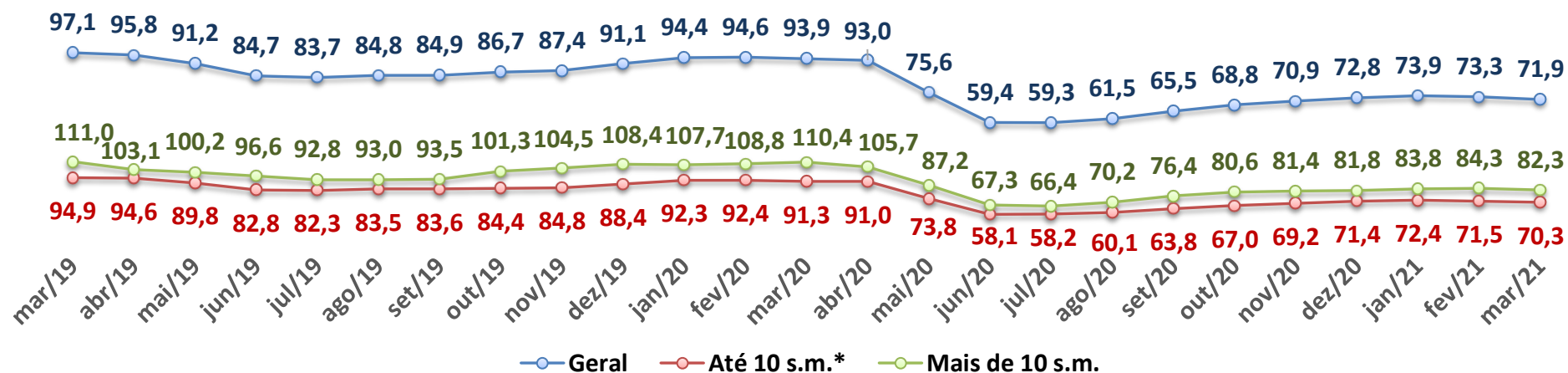
Por partir do ponto de vista dos consumidores, trata-se de um indicador antecedente do consumo, precedendo, portanto, índices de volume de vendas. É uma ferramenta estratégica para as políticas econômicas, atividades produtivas, consultorias e instituições financeiras.

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.

Março

O ICF apresentou uma redução de 1,4 pontos nesta avaliação, assumindo a pontuação de 71,9. A confiança segue, portanto, no nível de insatisfação, ficando abaixo dos 100 pontos.

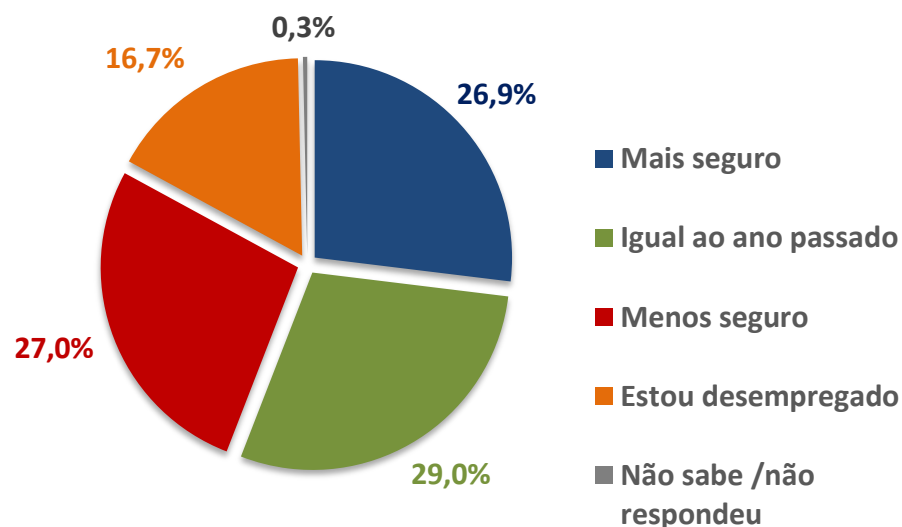
Série histórica - Intenção de consumo (mar/19 a mar/21)



*Salários mínimos

Emprego atual

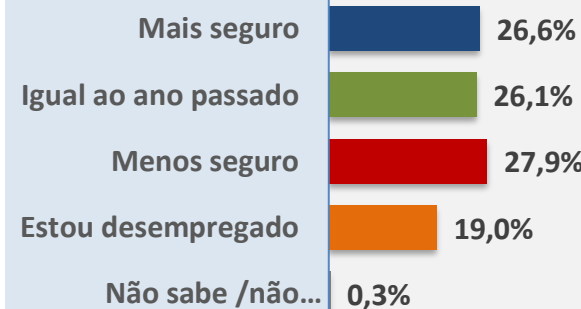
Em relação ao seu emprego, como o(a) sr(a). se sente em comparação com sua situação no mesmo período do ano passado?



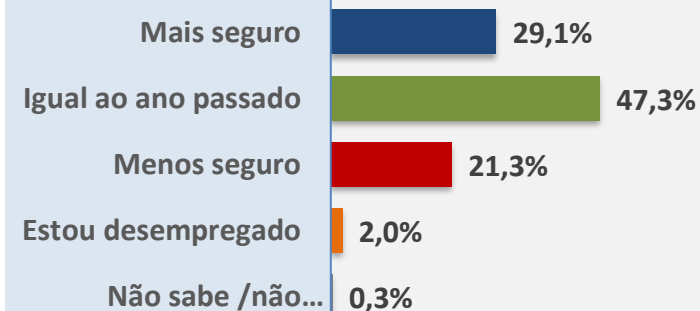
O índice de emprego atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 99,9 pontos, resultado 0,7 pontos inferior ao observado no mês anterior (100,6).

26,9% 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

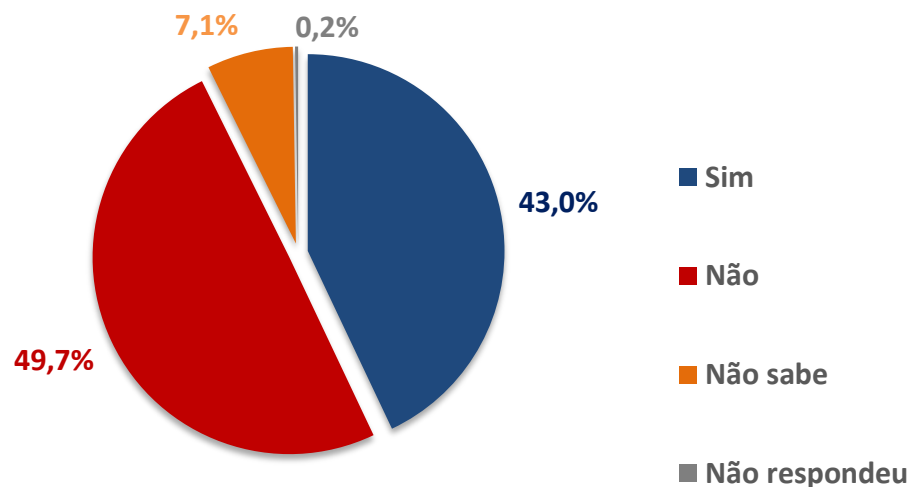


Índice de emprego atual

	mar/21	fev/21	mar/20
Geral	99,9	100,6	119,6
Até 10 s.m.	98,7	98,9	116,7
Mais de 10 s.m.	107,8	111,1	138,2

Perspectiva profissional

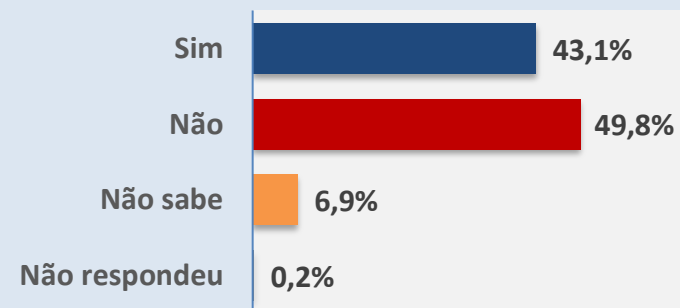
O responsável pelo domicílio acha que terá alguma melhora profissional nos próximos seis meses?



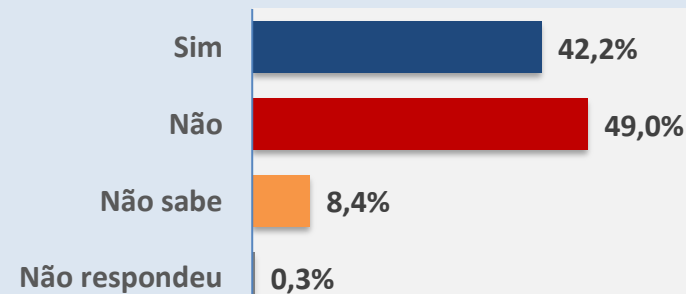
O índice de perspectiva profissional assumiu, nesta avaliação, o valor de 93,2 pontos, resultado 0,5 pontos superior ao obtido na última análise (92,7).

49,7% 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

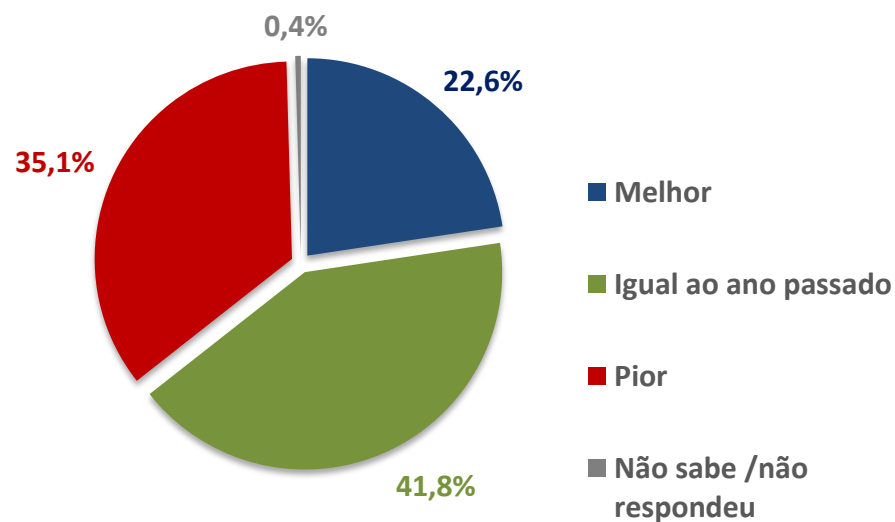


Índice de perspectiva profissional

	mar/21	fev/21	mar/20
Geral	93,2	92,7	103,6
Até 10 s.m.	93,2	92,9	103,7
Mais de 10 s.m.	93,2	91,6	103,4

Renda atual

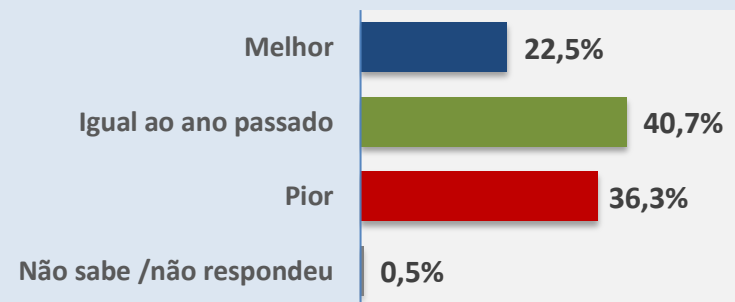
O(a) sr(a). avalia que hoje, em comparação ao mesmo período do ano passado, a renda familiar está...



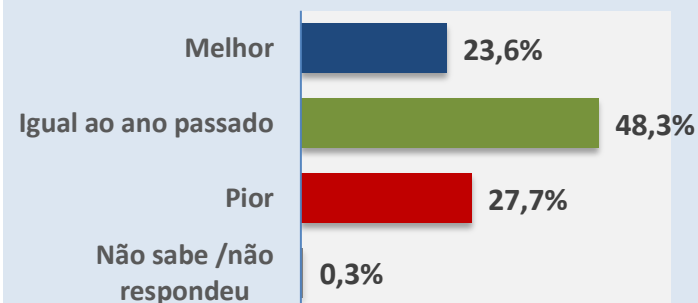
O índice de renda atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 87,5 pontos, resultado 1,0 ponto superior ao obtido na última análise (86,5).

41,8% 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

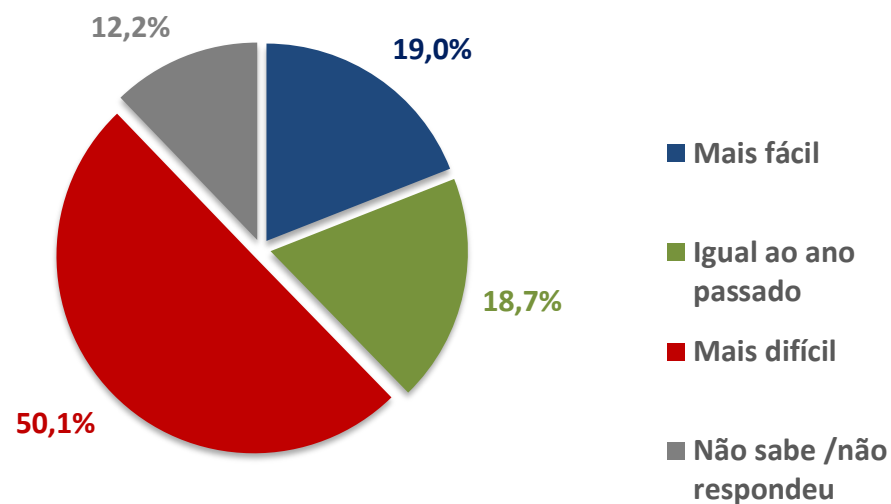


Índice de renda atual

	mar/21	fev/21	mar/20
Geral	87,5	86,5	106,7
Até 10 s.m.	86,1	85,4	102,3
Mais de 10 s.m.	95,9	93,2	134,5

Acesso ao crédito

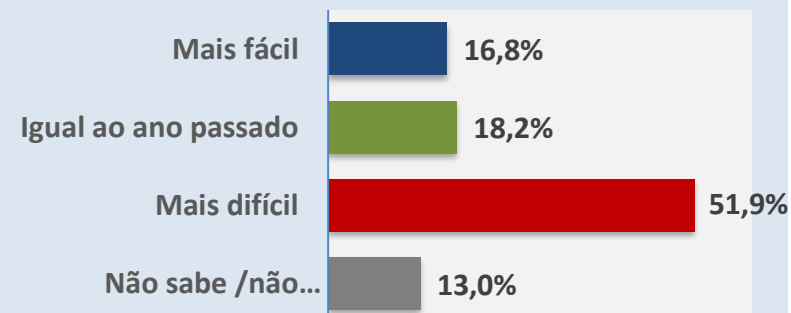
O(a) sr(a). acha que, comparado ao ano passado, está mais fácil ou mais difícil conseguir empréstimo/crédito para comprar a prazo?



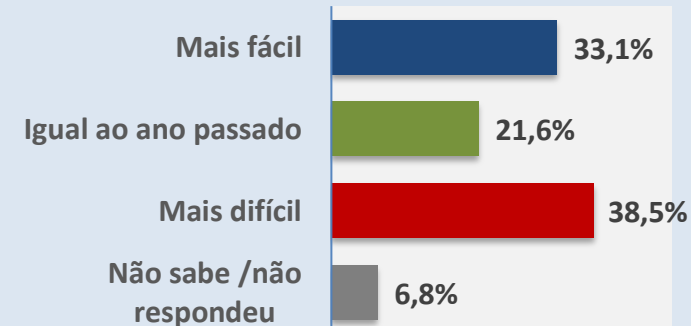
O índice de acesso ao crédito atingiu 68,9 pontos nesta avaliação, resultado 0,7 pontos inferior ao obtido na última análise (69,6).

50,1% 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

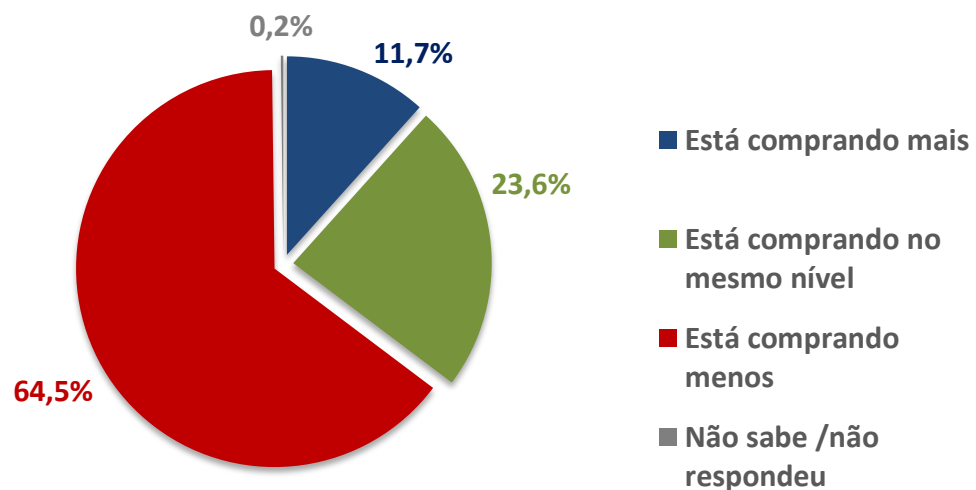


Índice de acesso ao crédito

	mar/21	fev/21	mar/20
Geral	68,9	69,6	95,6
Até 10 s.m.	64,9	66,0	92,2
Mais de 10 s.m.	94,6	92,9	117,2

Nível de consumo

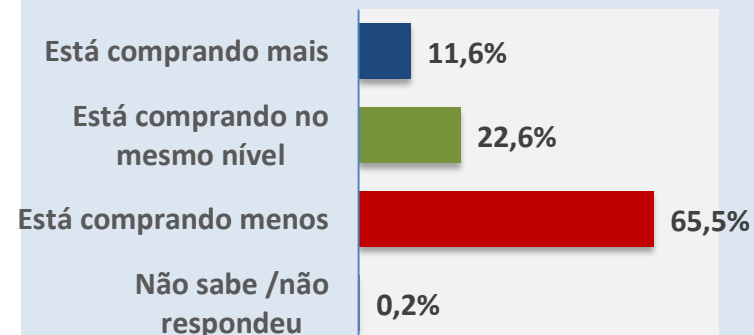
A sua família está, atualmente, comprando mais, menos ou igual ao ano passado?



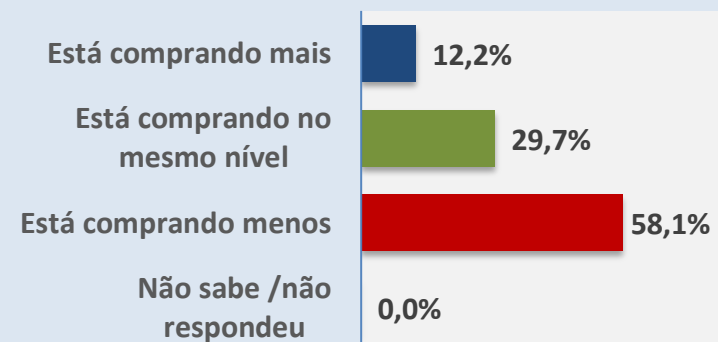
O índice de nível de consumo assumiu, nesta avaliação, o valor de 47,1 pontos, resultado em 3,3 pontos inferior ao obtido na última análise (50,4).

64,5% 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

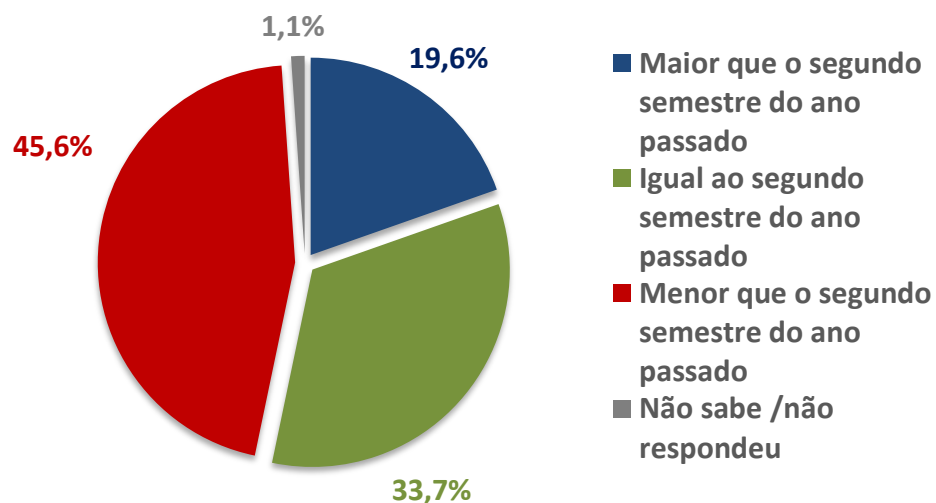


Índice de nível de consumo

	mar/21	fev/21	mar/20
Geral	47,1	50,4	68,8
Até 10 s.m.	46,0	48,7	64,9
Mais de 10 s.m.	54,1	61,1	93,9

Perspectiva de consumo

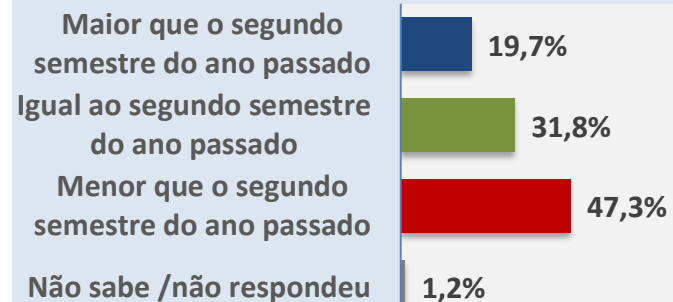
Para os próximos meses, o sr(a). acha que o consumo de sua família e da população em geral tende a ser...



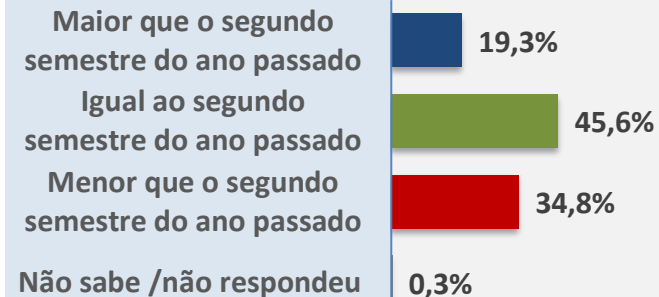
O índice de perspectiva de consumo assumiu, nesta avaliação, o valor de 74,0 pontos, resultado 3,1 pontos inferior ao obtido na última análise (77,1).

45,6% 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

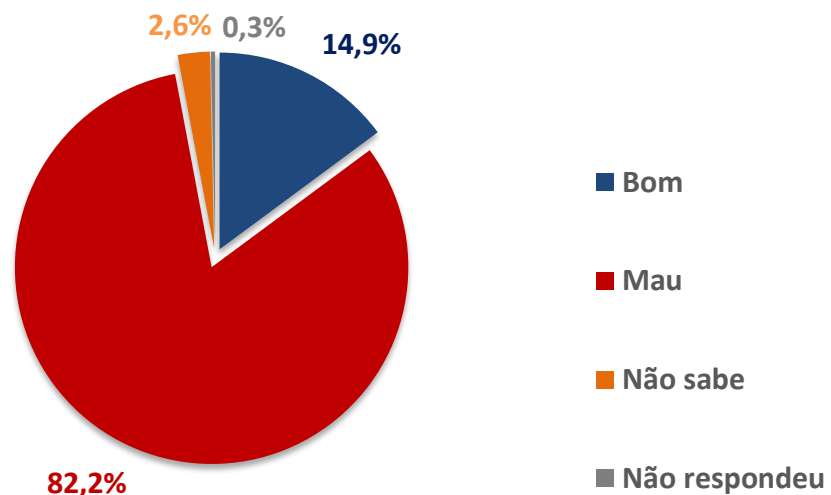


Índice de perspectiva de consumo

	mar/21	fev/21	mar/20
Geral	74,0	77,1	98,5
Até 10 s.m.	72,4	74,9	97,5
Mais de 10 s.m.	84,5	90,9	105,1

Momento para duráveis

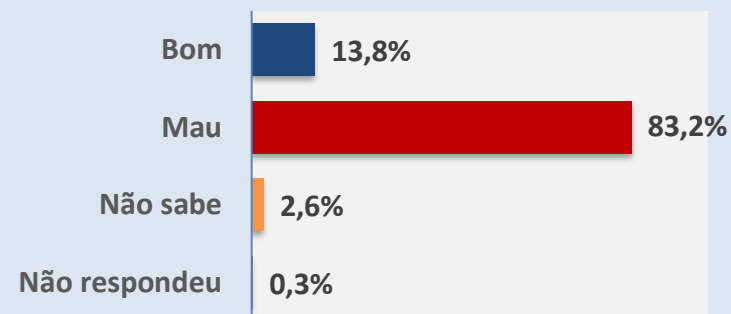
Pensando em bens duráveis para casa, o sr(a). acredita que, em termos gerais, atualmente é um bom ou mau momento para as pessoas comprarem essas mercadorias?



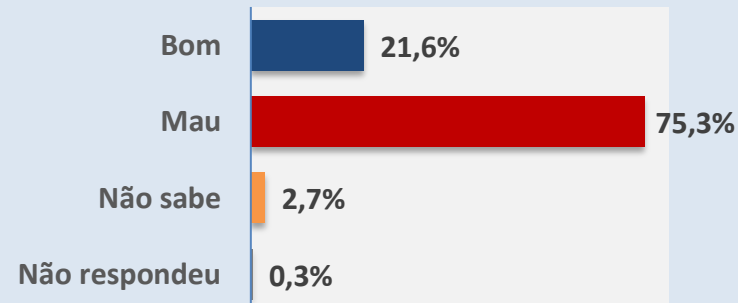
O índice de consumo de bens duráveis assumiu, nesta avaliação, o valor de 32,7 pontos, resultado 3,2 pontos inferior ao obtido na última análise (35,9).

82,2% 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

	mar/21	fev/21	mar/20
Geral	32,7	35,9	64,3
Até 10 s.m.	30,6	33,9	61,7
Mais de 10 s.m.	46,3	49,0	80,7

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

Assistente de economia: Gabriela Felipe Martins

Analista de pesquisa: Carolina Barcelos Teixeira

Pesquisadores: Filipe do Nascimento Souza

Jhenifer Grejanski 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.