



  
**Fecomércio MG**  
Sesc | Senac

**INTENÇÃO DE CONSUMO  
DAS FAMÍLIAS**  
Belo Horizonte - Setembro/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.

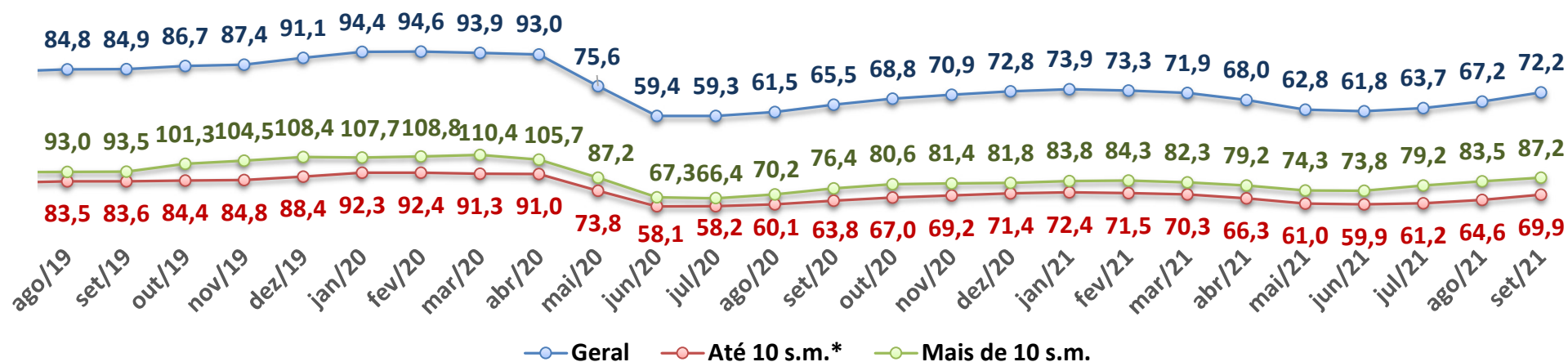
Por partir do ponto de vista dos consumidores, trata-se de um indicador antecedente ao consumo, precedendo, portanto, índices de volume de vendas. É uma ferramenta estratégica para as políticas econômicas, atividades produtivas, consultorias e instituições financeiras.

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.

## Setembro

O ICF apresentou um aumento de 5 pontos nesta avaliação, assumindo a pontuação de 72,2. A confiança segue, portanto, no nível de insatisfação, ficando abaixo dos 100 pontos.

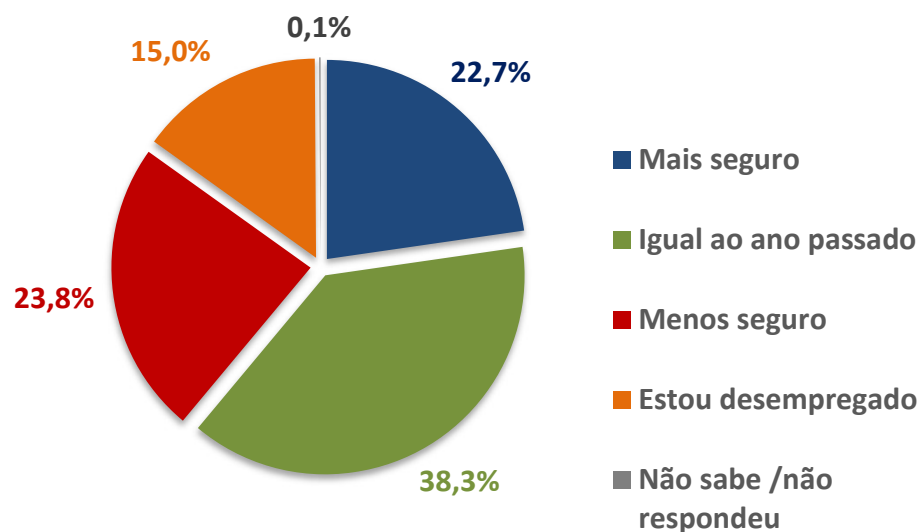
Série histórica - Intenção de consumo (set/19 a set/21)



\*Salários mínimos

## Emprego atual

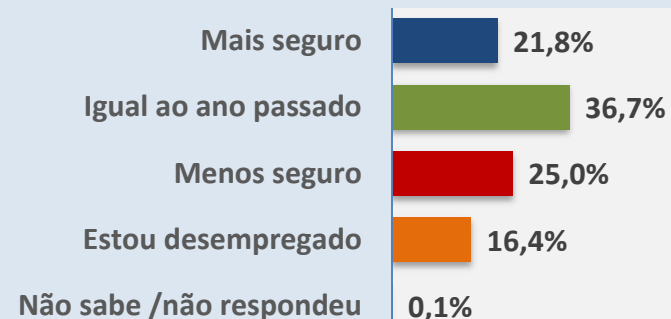
Em relação ao seu emprego, como o(a) sr(a). se sente em comparação com sua situação no mesmo período do ano passado?



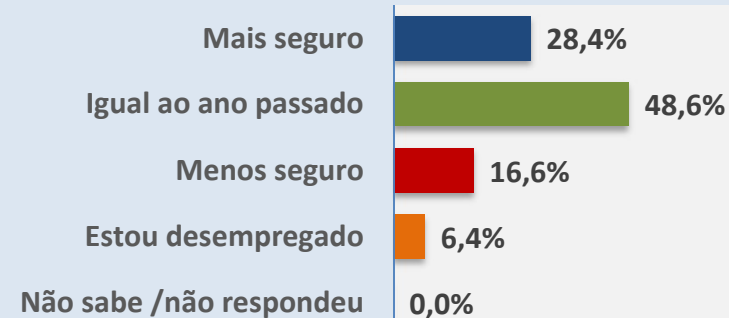
O índice de emprego atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 98,9 pontos, resultado 3,8 pontos superior ao observado no mês anterior (95,1).

22,7% 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

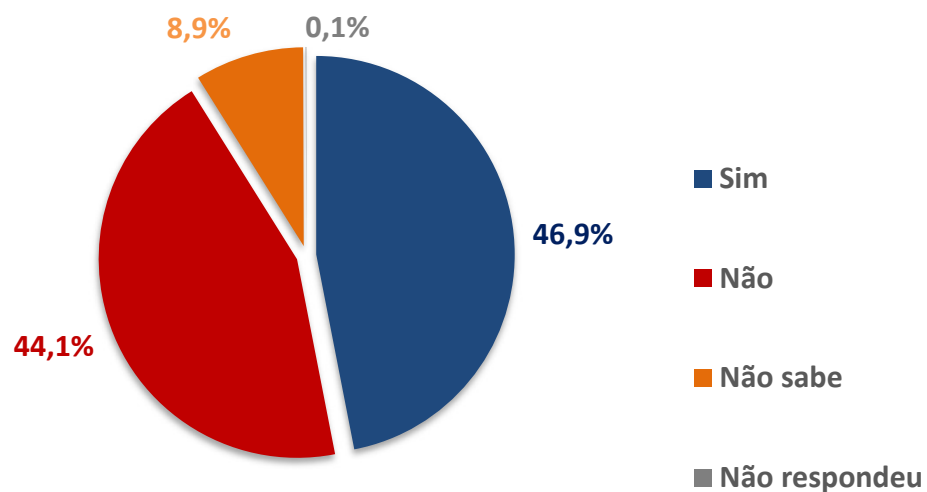


### Índice de emprego atual

	set/21	ago/21	set/20
<b>Geral</b>	<b>98,9</b>	<b>95,1</b>	<b>88,6</b>
<b>Até 10 s.m.</b>	<b>96,9</b>	<b>93,0</b>	<b>86,7</b>
<b>Mais de 10 s.m.</b>	<b>111,8</b>	<b>108,4</b>	<b>100,3</b>

## Perspectiva profissional

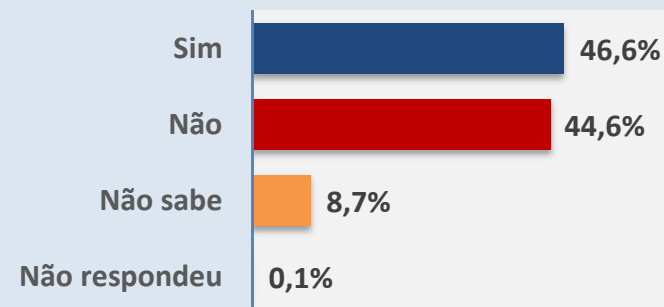
O responsável pelo domicílio acha que terá alguma melhora profissional nos próximos seis meses?



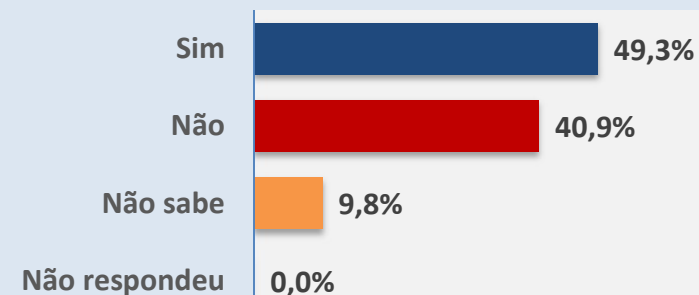
O índice de perspectiva profissional assumiu, nesta avaliação, o valor de 102,8 pontos, resultado 8 pontos superior ao obtido na última análise (94,8).

46,9% 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

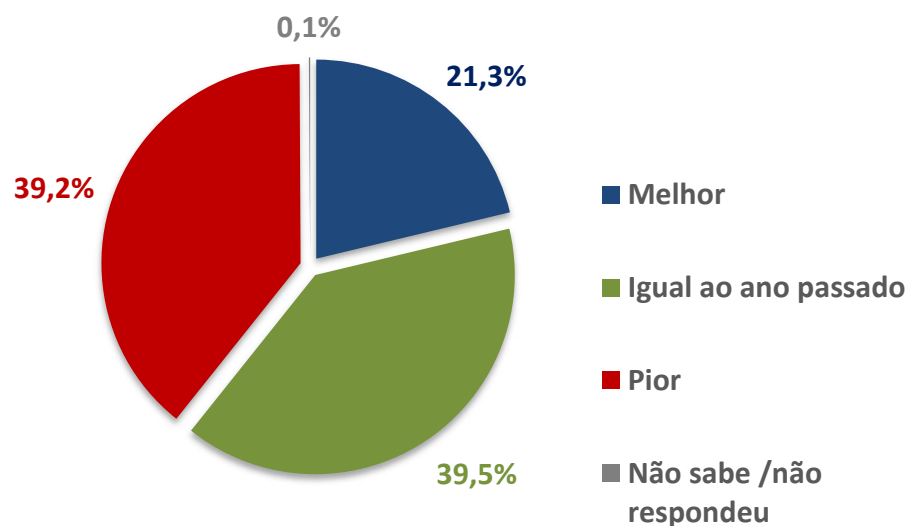


### Índice de perspectiva profissional

	set/21	ago/21	set/20
<b>Geral</b>	102,8	94,8	74,9
<b>Até 10 s.m.</b>	101,9	93,7	72,9
<b>Mais de 10 s.m.</b>	108,4	102,0	87,3

## Renda atual

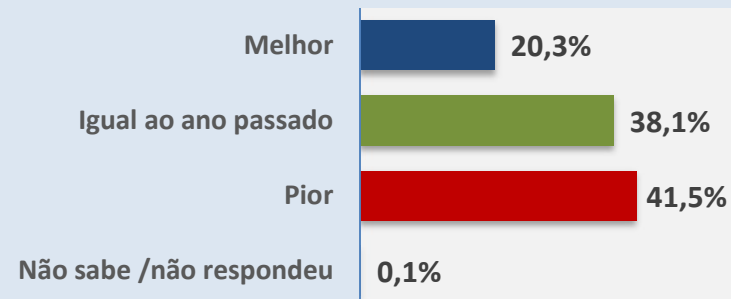
O(a) sr(a). avalia que hoje, em comparação ao mesmo período do ano passado, a renda familiar está...



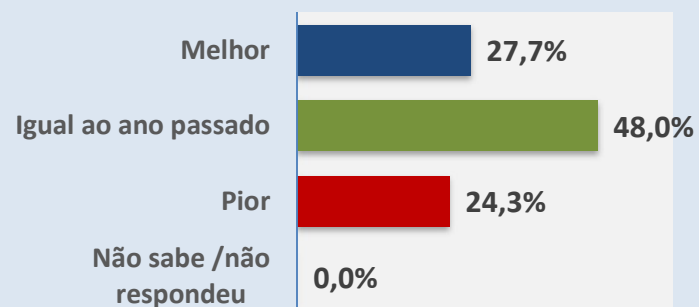
O índice de renda atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 82,1 pontos, resultado 4,2 pontos superior ao obtido na última análise (77,9).

39,5% dos entrevistados avaliam que, em comparação com o mesmo período do ano passado, a renda da família está igual ao ano passado.

### Renda de até 10 salários mínimos



### Renda acima de 10 salários mínimos

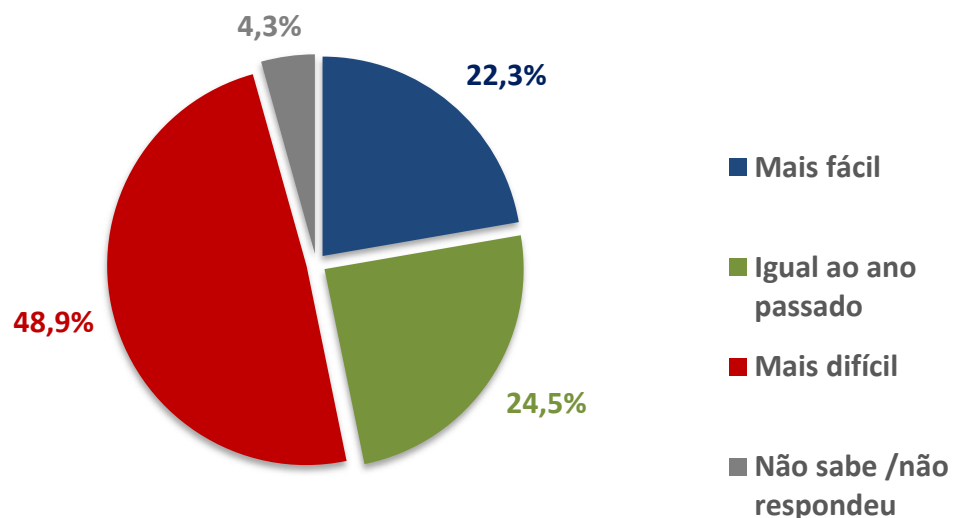


### Índice de renda atual

	set/21	ago/21	set/20
<b>Geral</b>	<b>82,1</b>	<b>77,9</b>	<b>76,7</b>
<b>Até 10 s.m.</b>	<b>78,8</b>	<b>74,2</b>	<b>73,9</b>
<b>Mais de 10 s.m.</b>	<b>103,4</b>	<b>101,4</b>	<b>94,3</b>

## Acesso ao crédito

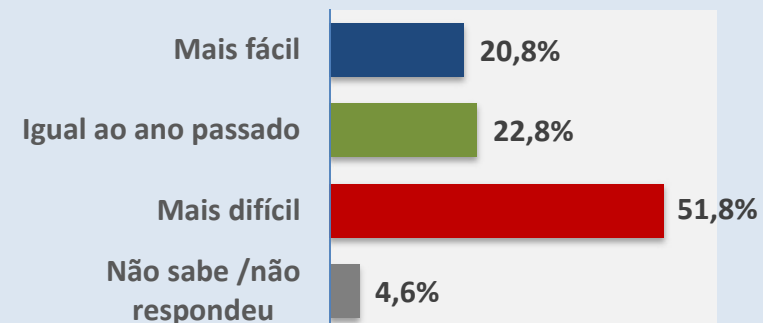
O(a) sr(a). acha que, comparado ao ano passado, está mais fácil ou mais difícil conseguir empréstimo/crédito para comprar a prazo?



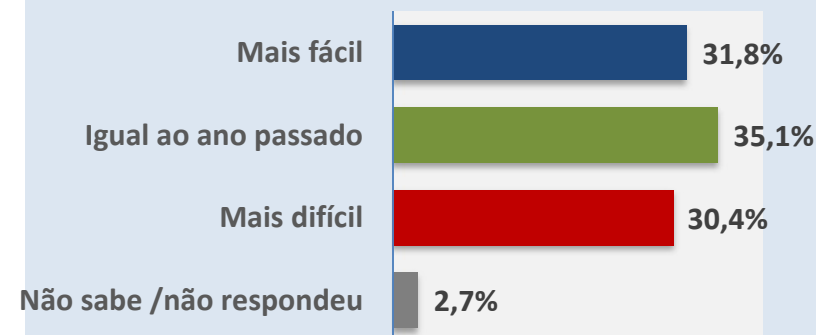
O índice de acesso ao crédito atingiu 73,4 pontos nesta avaliação, resultado 5,2 pontos superior em relação ao obtido na última análise.

48,9% 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

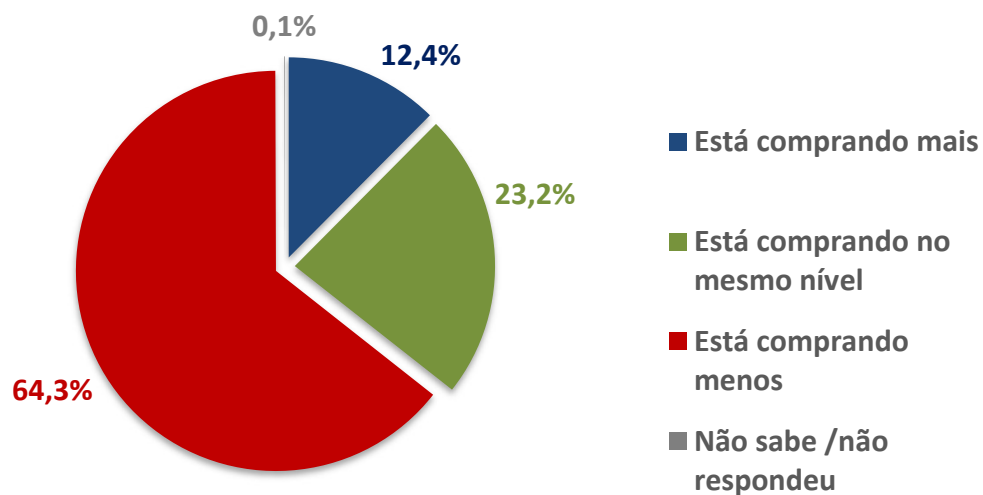


### Índice de acesso ao crédito

	set/21	ago/21	set/20
<b>Geral</b>	<b>73,4</b>	<b>68,2</b>	<b>68,1</b>
<b>Até 10 s.m.</b>	<b>69,0</b>	<b>63,5</b>	<b>65,8</b>
<b>Mais de 10 s.m.</b>	<b>101,4</b>	<b>98,0</b>	<b>82,9</b>

## Nível de consumo

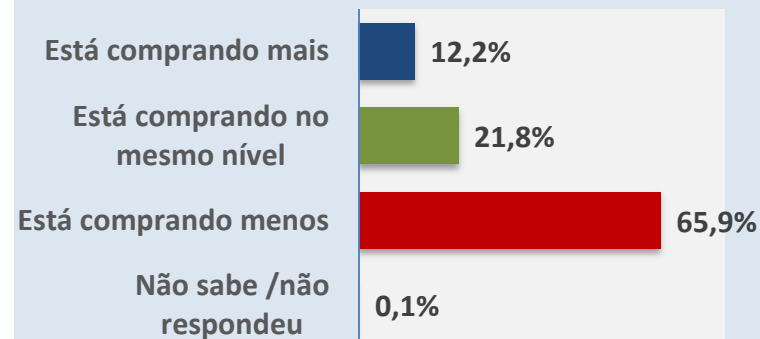
A sua família está, atualmente, comprando mais, menos ou igual ao ano passado?



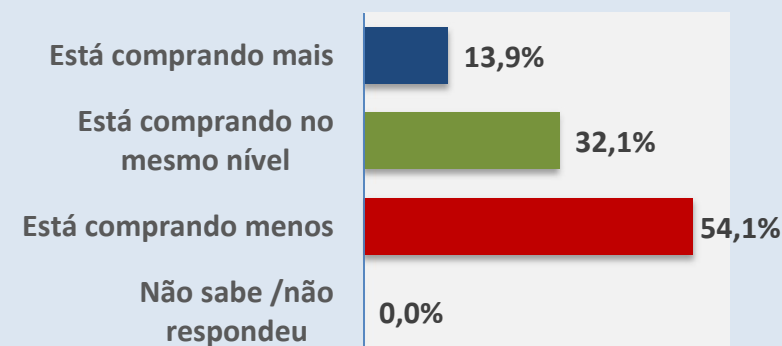
O índice de nível de consumo assumiu, nesta avaliação, o valor de 48,1 pontos, resultado 4,5 pontos superior ao obtido na última análise (43,6).

64,3% 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

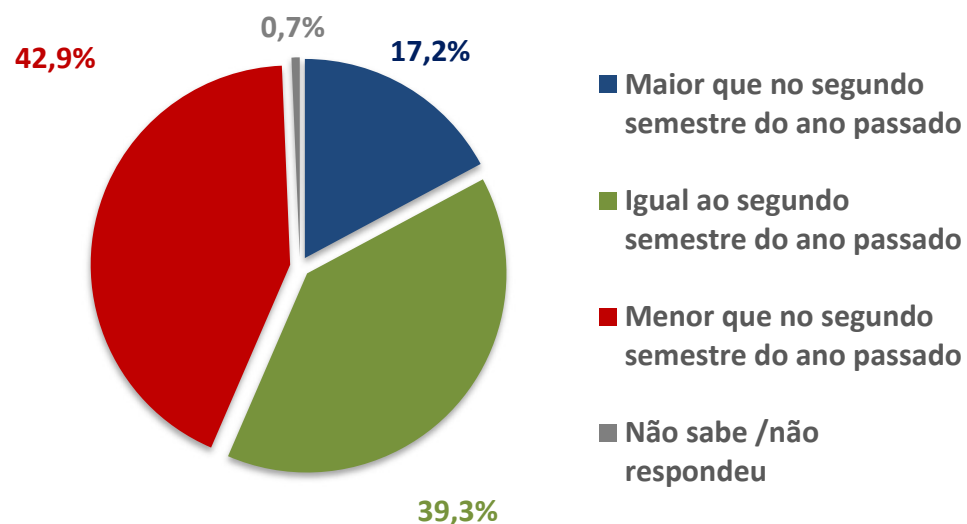


### Índice de nível de consumo

	set/21	ago/21	set/20
<b>Geral</b>	<b>48,1</b>	<b>43,6</b>	<b>45,3</b>
<b>Até 10 s.m.</b>	<b>46,3</b>	<b>41,6</b>	<b>44,0</b>
<b>Mais de 10 s.m.</b>	<b>59,8</b>	<b>56,4</b>	<b>53,2</b>

## Perspectiva de consumo

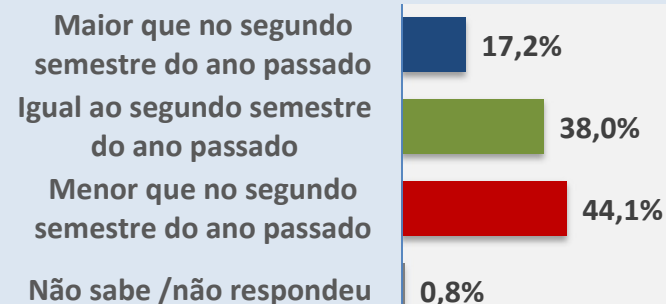
Para os próximos meses, o sr(a). acha que o consumo de sua família e da população em geral tende a ser...



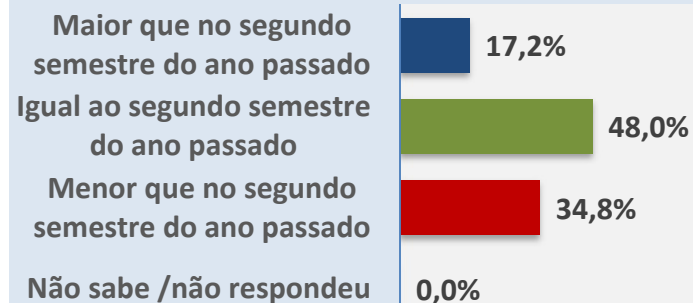
O índice de perspectiva de consumo assumiu, nesta avaliação, o valor de 74,3 pontos, resultado 7 pontos superior em relação ao obtido na última análise.

42,9% 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



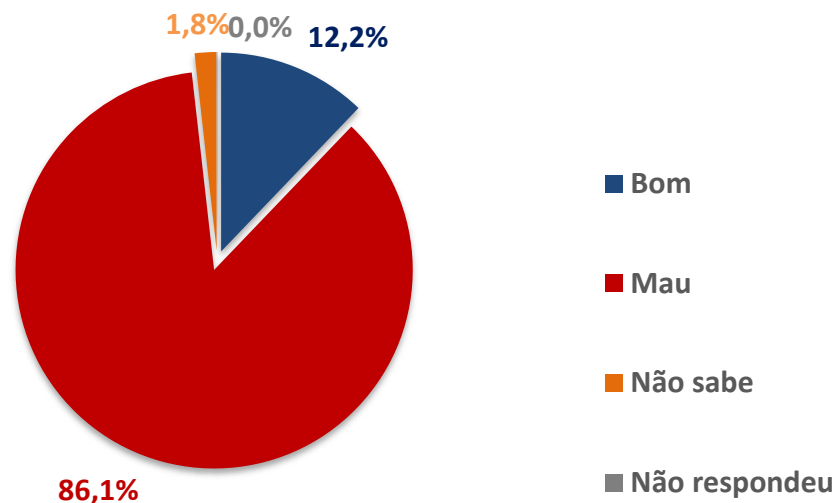
### Índice de perspectiva de consumo

	set/21	ago/21	set/20
<b>Geral</b>	<b>74,3</b>	<b>67,3</b>	<b>76,6</b>
<b>Até 10 s.m.</b>	<b>73,1</b>	<b>65,5</b>	<b>76,1</b>
<b>Mais de 10 s.m.</b>	<b>82,4</b>	<b>78,7</b>	<b>79,6</b>



## Momento para duráveis

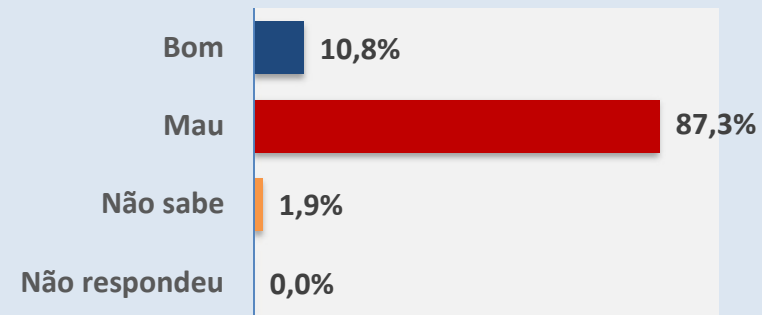
Pensando em bens duráveis para casa, o sr(a). acredita que, em termos gerais, atualmente é um bom ou mau momento para as pessoas comprarem essas mercadorias?



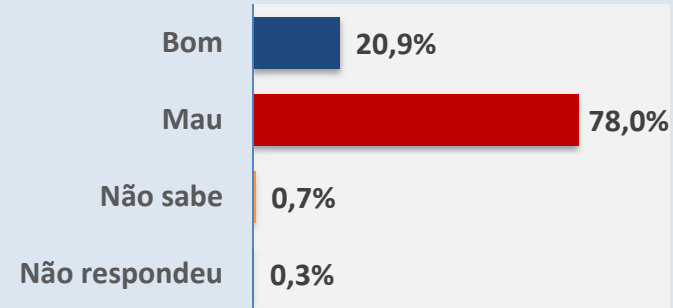
O índice de consumo de bens duráveis assumiu, nesta avaliação, o valor de 26,1 pontos, resultado 2,8 pontos superior ao obtido na última análise (23,3).

86,1% 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

	set/21	ago/21	set/20
<b>Geral</b>	26,1	23,3	28,5
<b>Até 10 s.m.</b>	23,5	20,7	27,1
<b>Mais de 10 s.m.</b>	42,9	39,5	37,5

## 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  
**Assistente de economia:** Gabriela Felipe Martins  
**Analista de pesquisa:** Devid Lima da Silva  
**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.