



**Fecomércio MG**

Sesc | Senac

# INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS

Belo Horizonte - Novembro/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.

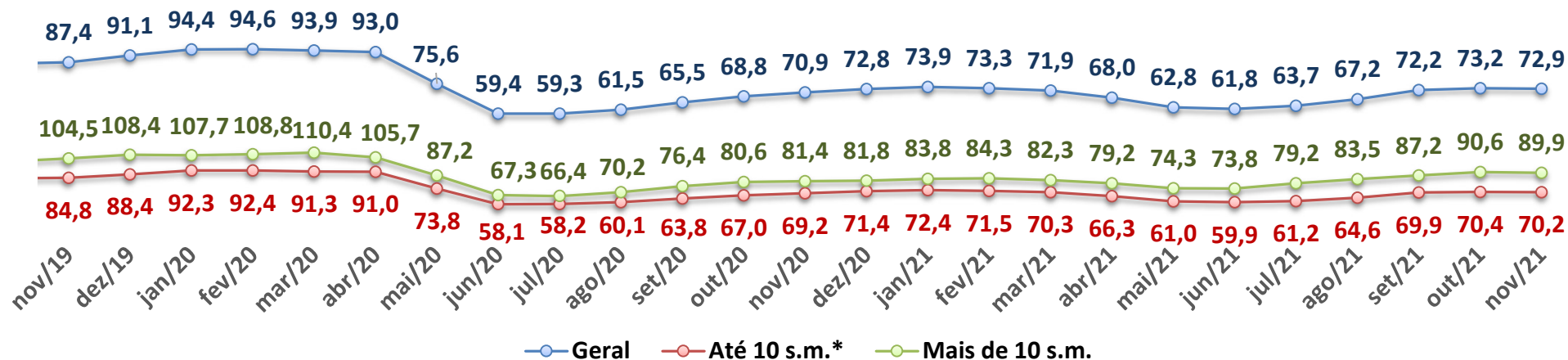
Por partir do ponto de vista dos consumidores, trata-se de um indicador antecedente ao consumo, precedendo, portanto, índices de volume de vendas. É uma ferramenta estratégica para as políticas econômicas, atividades produtivas, consultorias e instituições financeiras.

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.

## Novembro

O ICF apresentou uma redução de 0,3 pontos nesta avaliação, assumindo a pontuação de 72,9. A confiança segue, portanto, no nível de insatisfação, ficando abaixo dos 100 pontos.

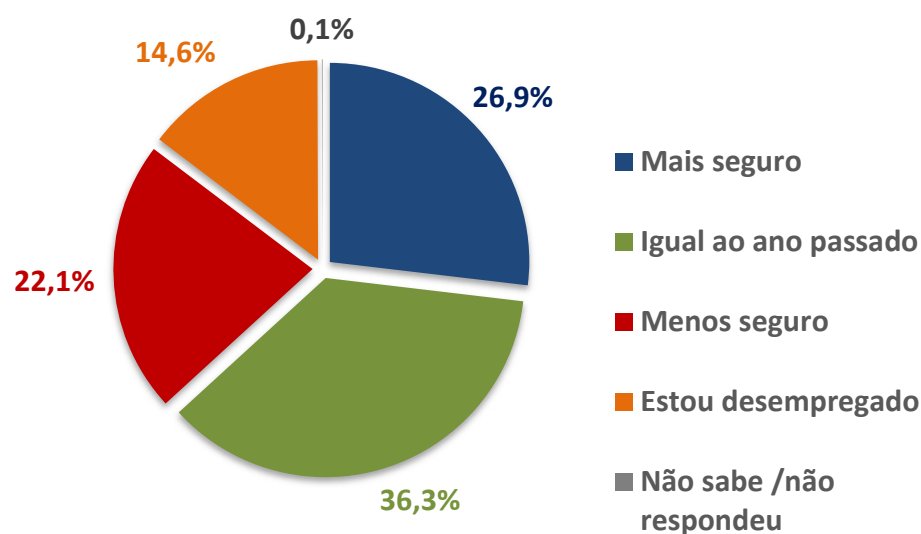
Série histórica - Intenção de consumo (nov/19 a nov/21)



\*Salários mínimos

## Emprego atual

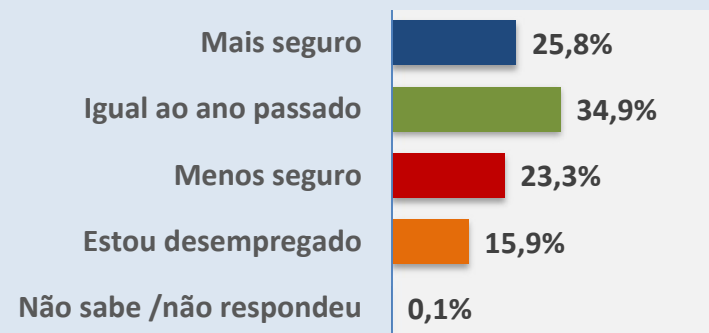
Em relação ao seu emprego, como o(a) sr(a). se sente em comparação com sua situação no mesmo período do ano passado?



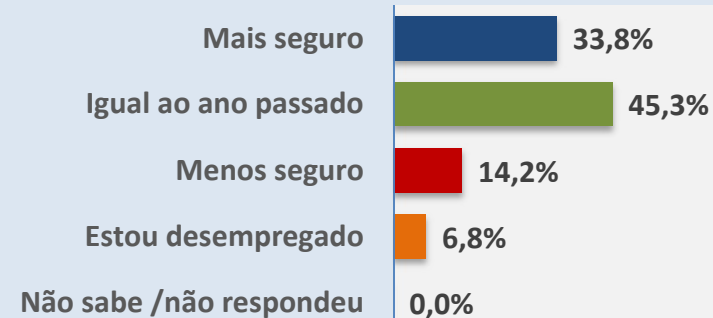
O índice de emprego atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 104,8 pontos, resultado 2,6 pontos superior ao observado no mês anterior (102,2).

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

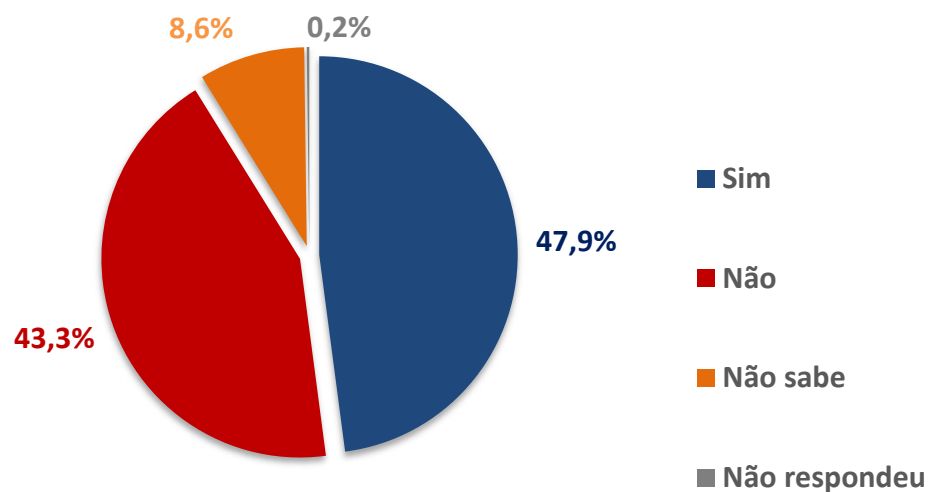


### Índice de emprego atual

	nov/21	out/21	nov/20
<b>Geral</b>	<b>104,8</b>	<b>102,2</b>	<b>97,1</b>
<b>Até 10 s.m.</b>	<b>102,4</b>	<b>99,8</b>	<b>95,7</b>
<b>Mais de 10 s.m.</b>	<b>119,6</b>	<b>117,9</b>	<b>105,7</b>

## Perspectiva profissional

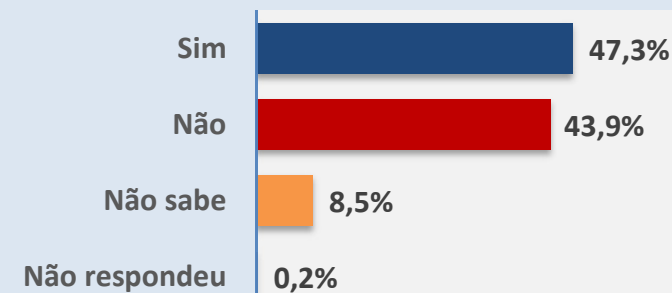
O responsável pelo domicílio acha que terá alguma melhora profissional nos próximos seis meses?



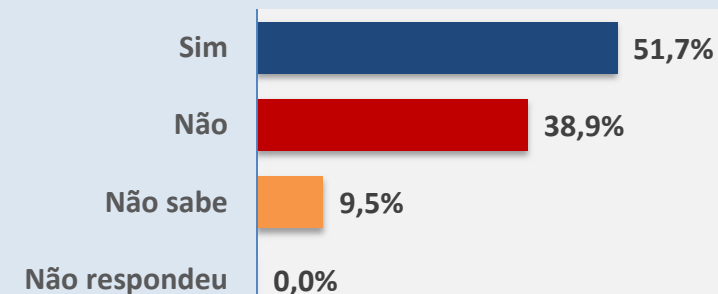
O índice de perspectiva profissional assumiu, nesta avaliação, o valor de 104,7 pontos, resultado 1 ponto superior ao obtido na última análise (103,7).

47,9% dos entrevistados 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

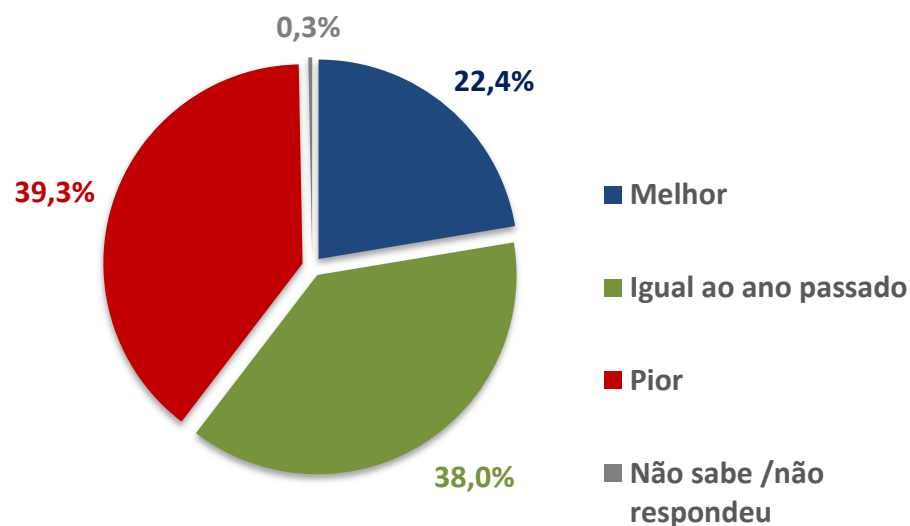


Índice de perspectiva profissional

	nov/21	out/21	nov/20
Geral	104,7	103,7	93,8
Até 10 s.m.	103,4	102,3	92,3
Mais de 10 s.m.	112,8	112,2	103,4

## Renda atual

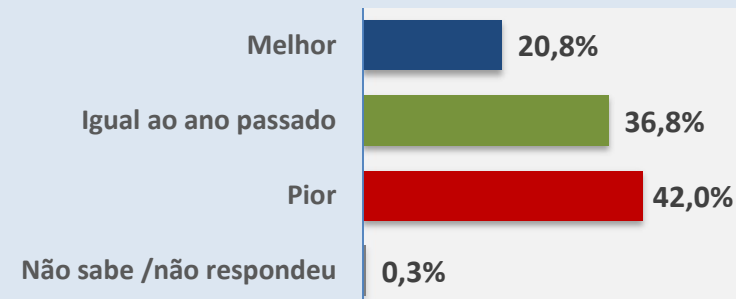
O(a) sr(a). avalia que hoje, em comparação ao mesmo período do ano passado, a renda familiar está...



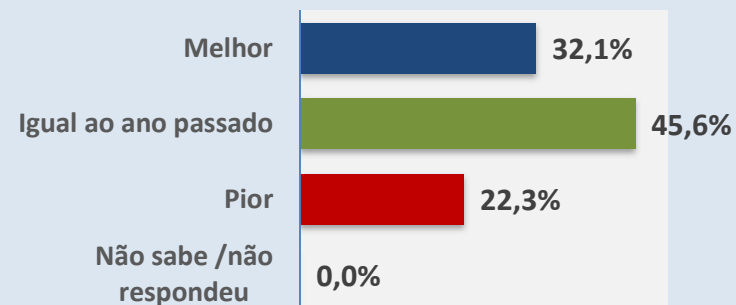
O índice de renda atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 83,1 pontos, resultado 0,5 pontos superior ao obtido na última análise (82,6).

39,3% dos entrevistados avaliam que, em comparação com o mesmo período de 2020, a renda da família está pior que a do ano passado.

### Renda de até 10 salários mínimos



### Renda acima de 10 salários mínimos

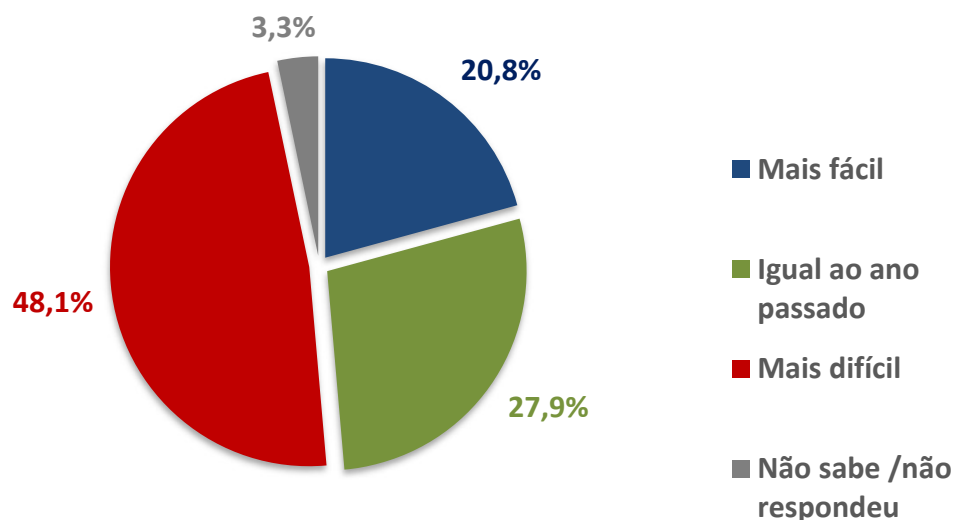


### Índice de renda atual

	nov/21	out/21	nov/20
<b>Geral</b>	<b>83,1</b>	<b>82,6</b>	<b>82,5</b>
<b>Até 10 s.m.</b>	<b>78,9</b>	<b>78,4</b>	<b>80,3</b>
<b>Mais de 10 s.m.</b>	<b>109,8</b>	<b>108,8</b>	<b>96,6</b>

## Acesso ao crédito

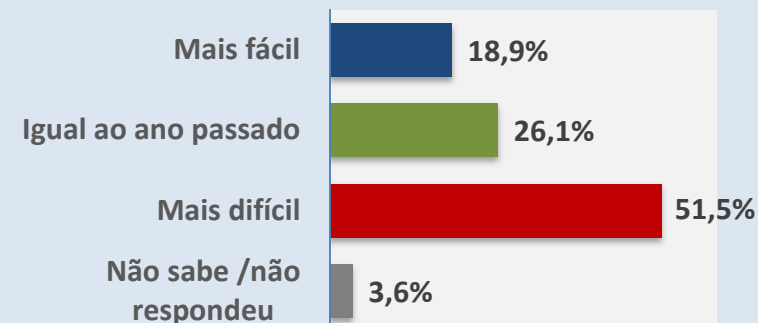
O(a) sr(a). acha que, comparado ao ano passado, está mais fácil ou mais difícil conseguir empréstimo/crédito para comprar a prazo?



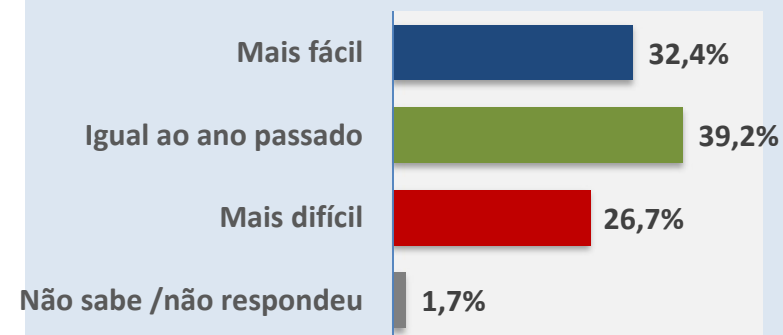
O índice de acesso ao crédito atingiu 72,7 pontos nesta avaliação, resultado 2,2 pontos inferior em relação ao obtido na última análise.

48,1% 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

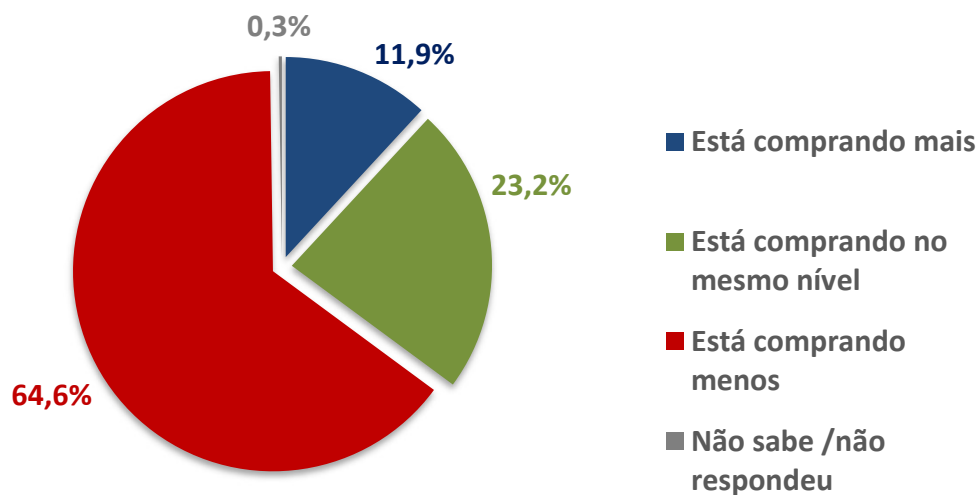


### Índice de acesso ao crédito

	nov/21	out/21	nov/20
<b>Geral</b>	<b>72,7</b>	<b>74,9</b>	<b>69,7</b>
<b>Até 10 s.m.</b>	<b>67,5</b>	<b>69,9</b>	<b>68,3</b>
<b>Mais de 10 s.m.</b>	<b>105,7</b>	<b>107,1</b>	<b>78,7</b>

## Nível de consumo

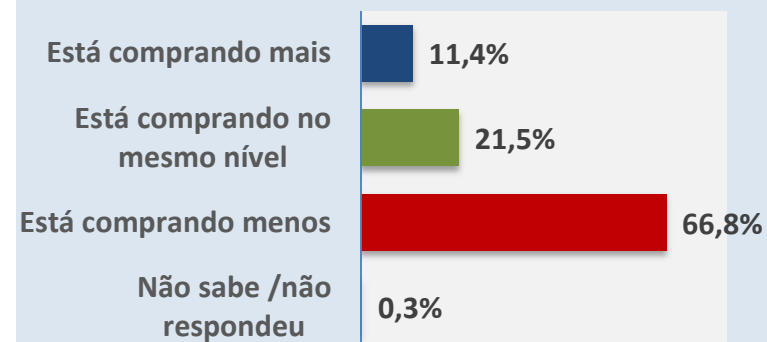
A sua família está, atualmente, comprando mais, menos ou igual ao ano passado?



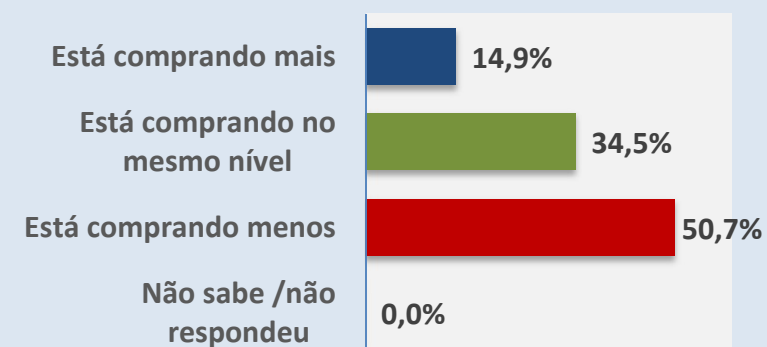
O índice de nível de consumo assumiu, nesta avaliação, o valor de 47,3 pontos, resultado 0,7 pontos inferior ao obtido na última análise (48,0).

64,6% 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

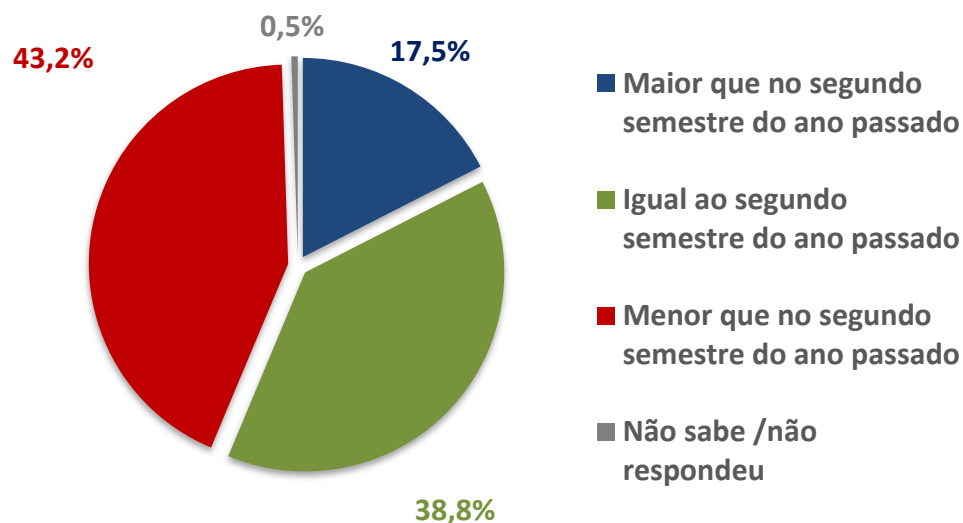


### Índice de nível de consumo

	nov/21	out/21	nov/20
<b>Geral</b>	47,3	48,0	48,6
<b>Até 10 s.m.</b>	44,6	45,4	46,9
<b>Mais de 10 s.m.</b>	64,2	64,9	59,8

## Perspectiva de consumo

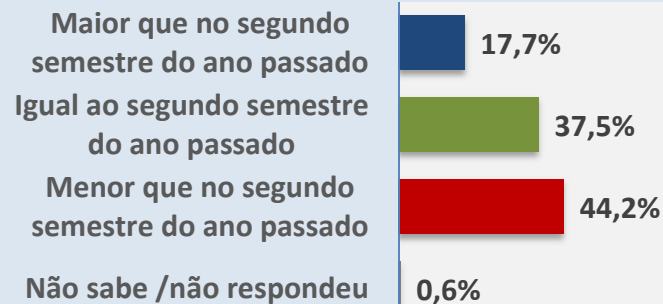
Para os próximos meses, o sr(a). acha que o consumo de sua família e da população em geral tende a ser...



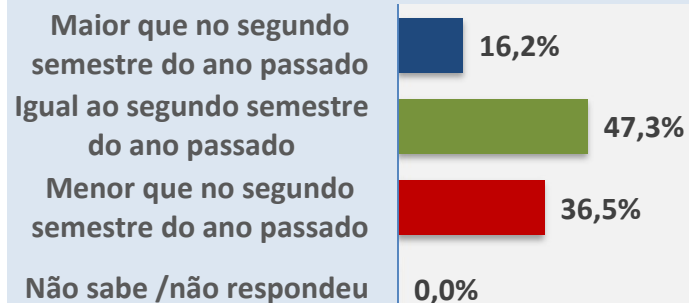
O índice de perspectiva de consumo assumiu, nesta avaliação, o valor de 74,3 pontos, resultado 0,6 pontos inferior em relação ao obtido na última análise.

43,2% 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



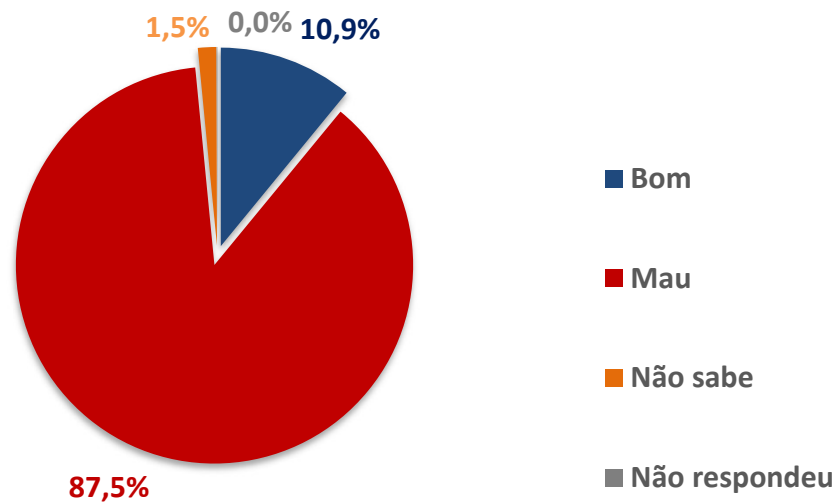
### Índice de perspectiva de consumo

	nov/21	out/21	nov/20
<b>Geral</b>	<b>74,3</b>	<b>74,9</b>	<b>72,8</b>
<b>Até 10 s.m.</b>	<b>73,5</b>	<b>74,1</b>	<b>70,7</b>
<b>Mais de 10 s.m.</b>	<b>79,7</b>	<b>80,1</b>	<b>85,8</b>



## Momento para duráveis

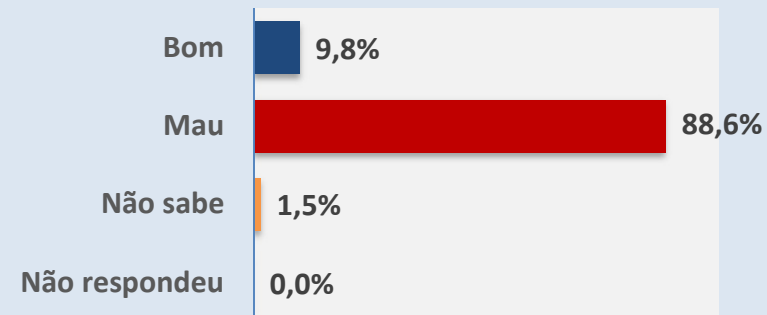
Pensando em bens duráveis para casa, o sr(a). acredita que, em termos gerais, atualmente é um bom ou mau momento para as pessoas comprarem essas mercadorias?



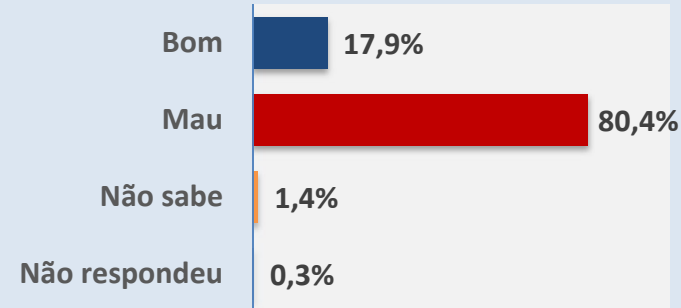
O índice de consumo de bens duráveis assumiu, nesta avaliação, o valor de 23,4 pontos, resultado 2,4 pontos inferior ao obtido na última análise (25,8).

87,5% 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

	nov/21	out/21	nov/20
<b>Geral</b>	<b>23,4</b>	<b>25,8</b>	<b>31,5</b>
<b>Até 10 s.m.</b>	<b>21,2</b>	<b>23,0</b>	<b>30,2</b>
<b>Mais de 10 s.m.</b>	<b>37,5</b>	<b>43,6</b>	<b>39,9</b>

## 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.