



# Intenção de Consumo das Famílias (ICF)

Belo Horizonte - Fevereiro/2023

Compromisso  
com a retomada do  
comércio em Minas

**Fecomércio MG**  
CNC Sesc Senac  
e Sindicatos Empresariais

# Intenção de consumo



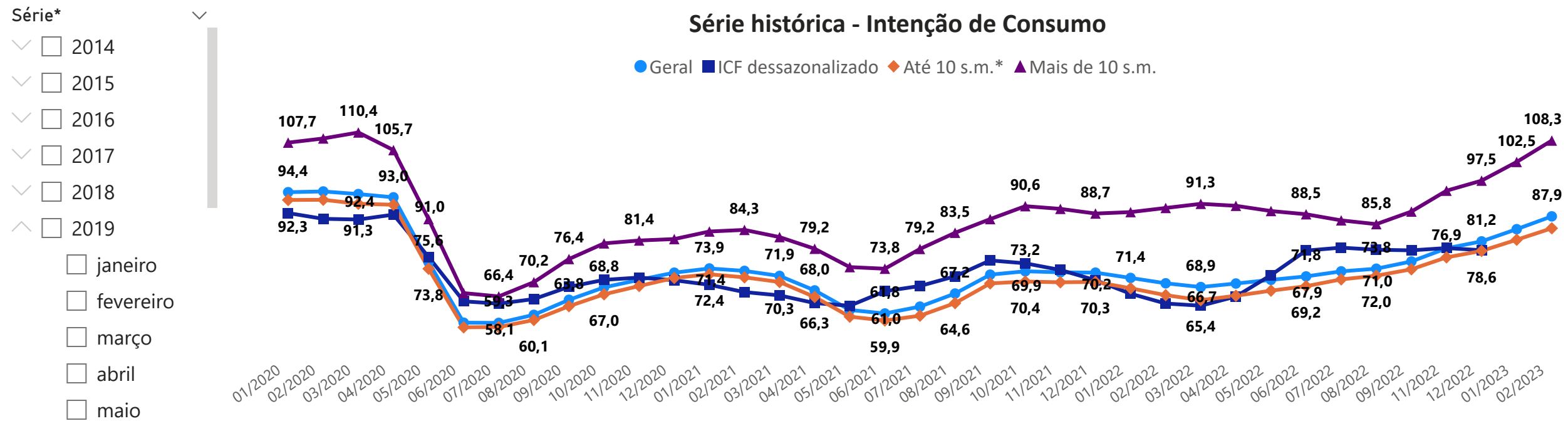
A pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) é um indicador capaz de medir, com precisão, a avaliação que os consumidores fazem sobre aspectos relacionados à condição de vida de sua família, tais como a sua capacidade e qualidade de consumo atuais e de curto prazo, nível de renda doméstico e 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.

## Fevereiro

O ICF apresentou um aumento de 3,4 pontos nesta avaliação, assumindo a pontuação de 87,9. A confiança segue, portanto, no nível de insatisfação, ficando abaixo dos 100 pontos.

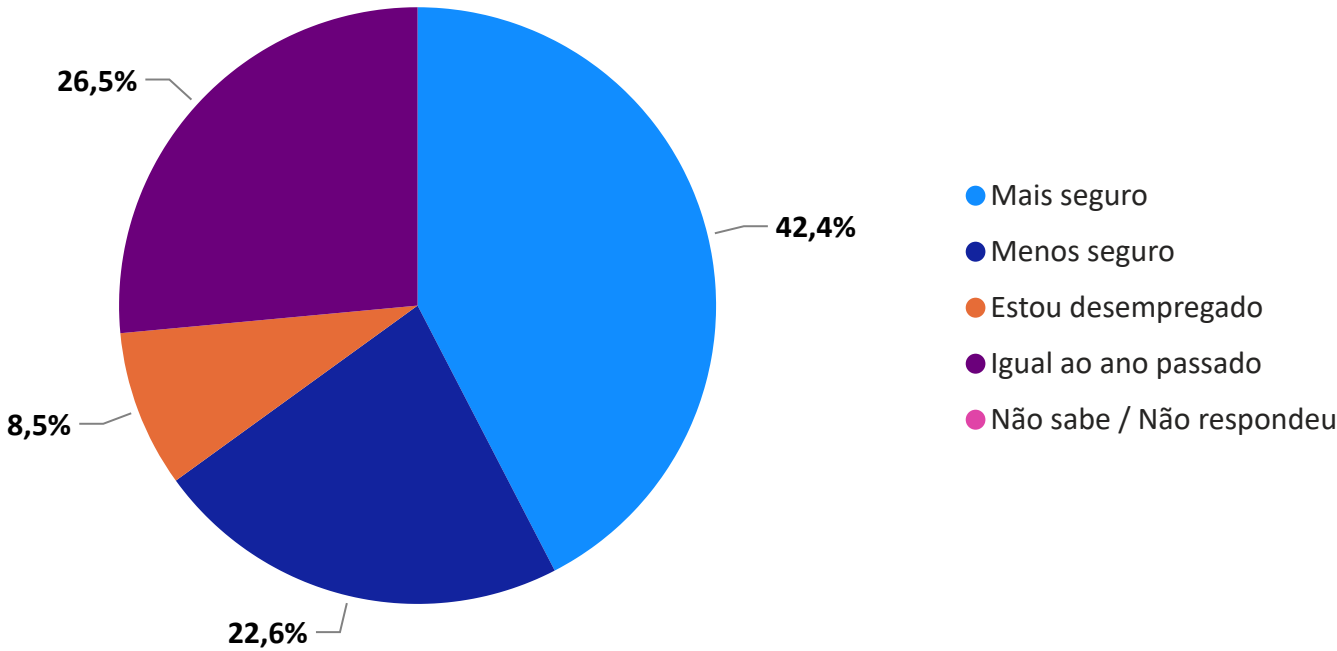


• Para manter o filtro da série aplicado para mais de um ano ou mês basta manter a tecla ctrl pressionada.

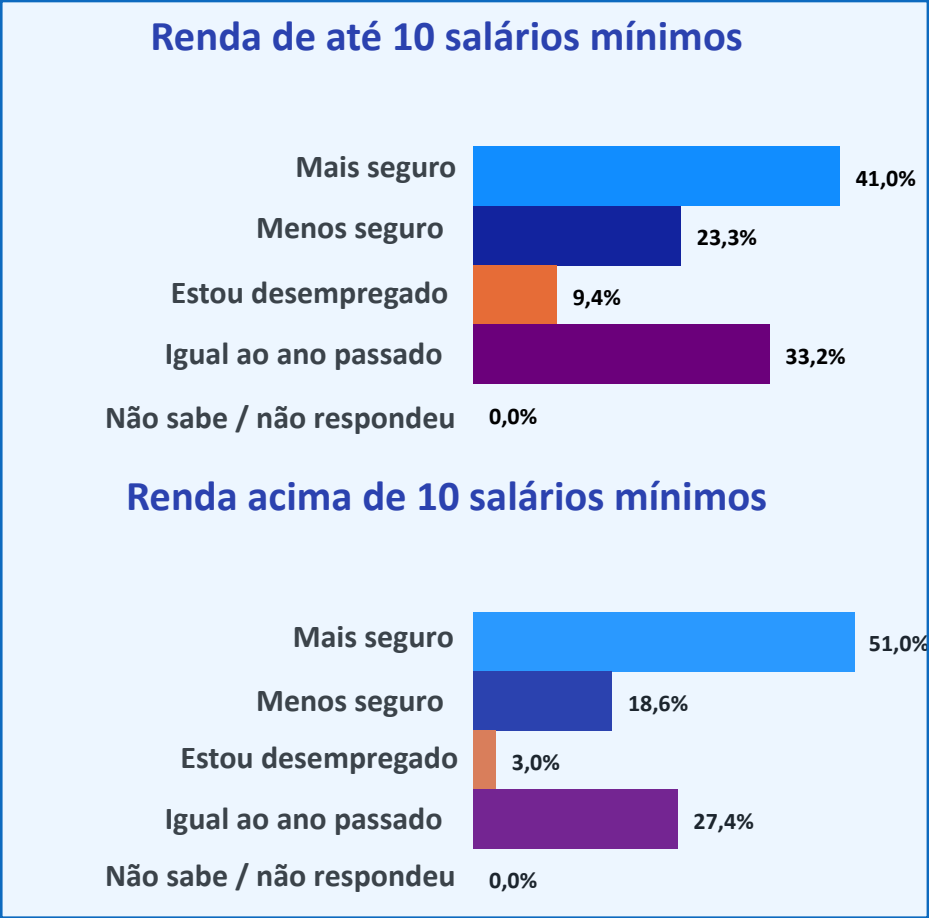
\*Salários mínimos

# 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?



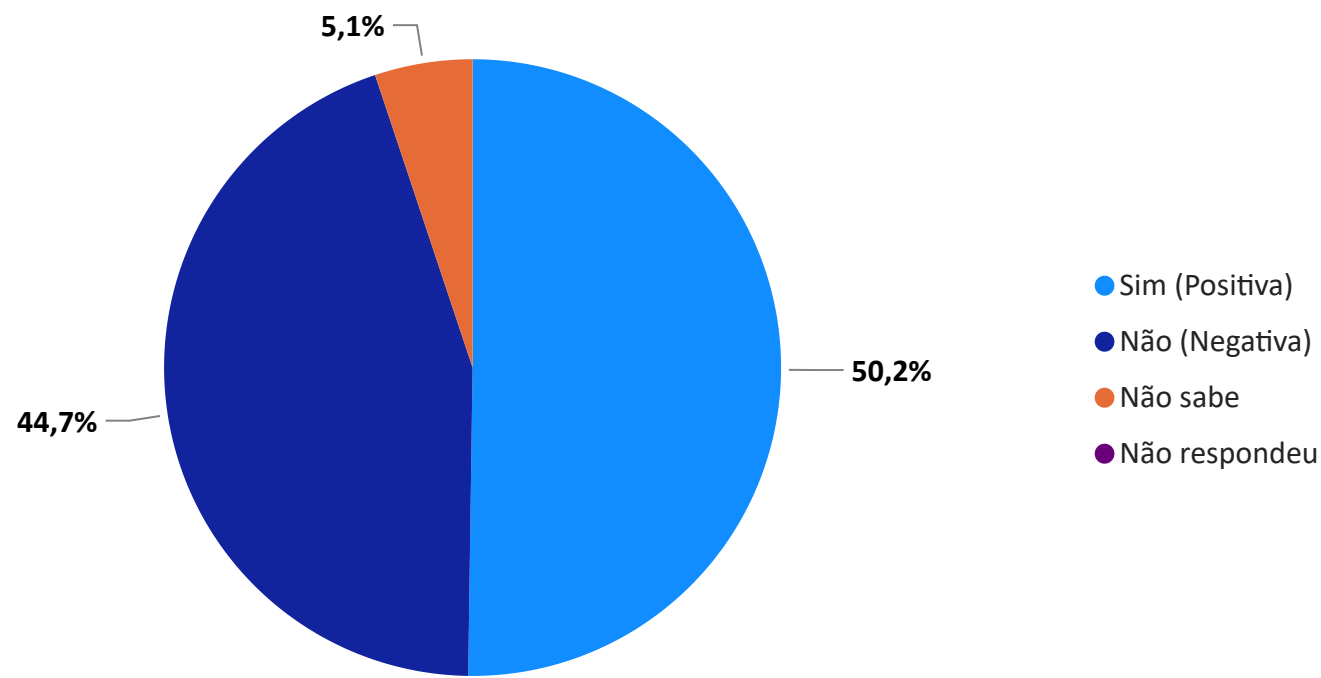
O índice de emprego atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 119,8 pontos, resultado 2,0 pontos superior ao observado no mês anterior (117,8).  
42,4% das famílias sentem-se mais seguras no seu emprego, em relação ao mesmo período do ano passado.



Índice de emprego atual	
Geral	119,8
Até 10 s.m.	117,8
Mais de 10 s.m.	132,4

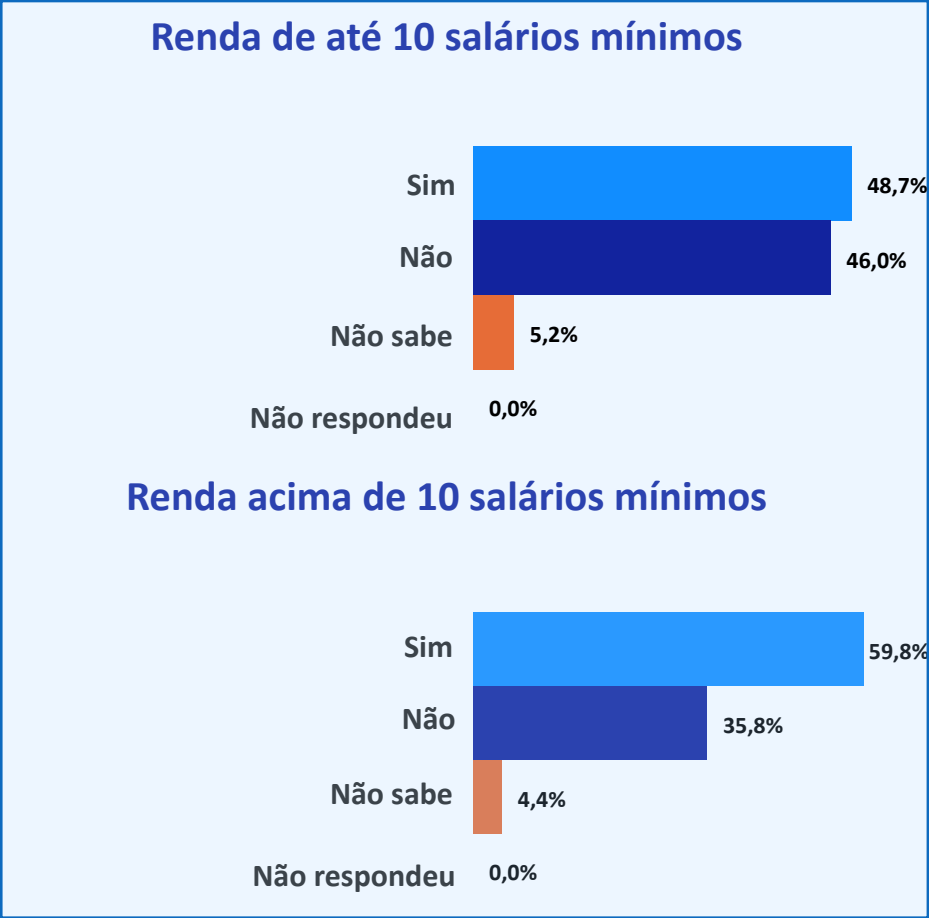
# Perspectiva profissional

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 105,6 pontos, resultado 6,9 pontos superior ao obtido na última análise (98,6 p. p.).

50,2% dos entrevistados acreditam que o responsável pelo domicílio terá alguma melhora profissional nos próximos seis meses, apresentando um resultado superior ao observado no mês anterior (46,3 p. p.). Essa expectativa é maior entre as famílias com renda superior a 10 salários mínimos (59,8%), enquanto que, entre as famílias com renda inferior a 10 salários mínimos, 46,0% não acreditam que haverá melhora e 48,7% acreditam que haverá.



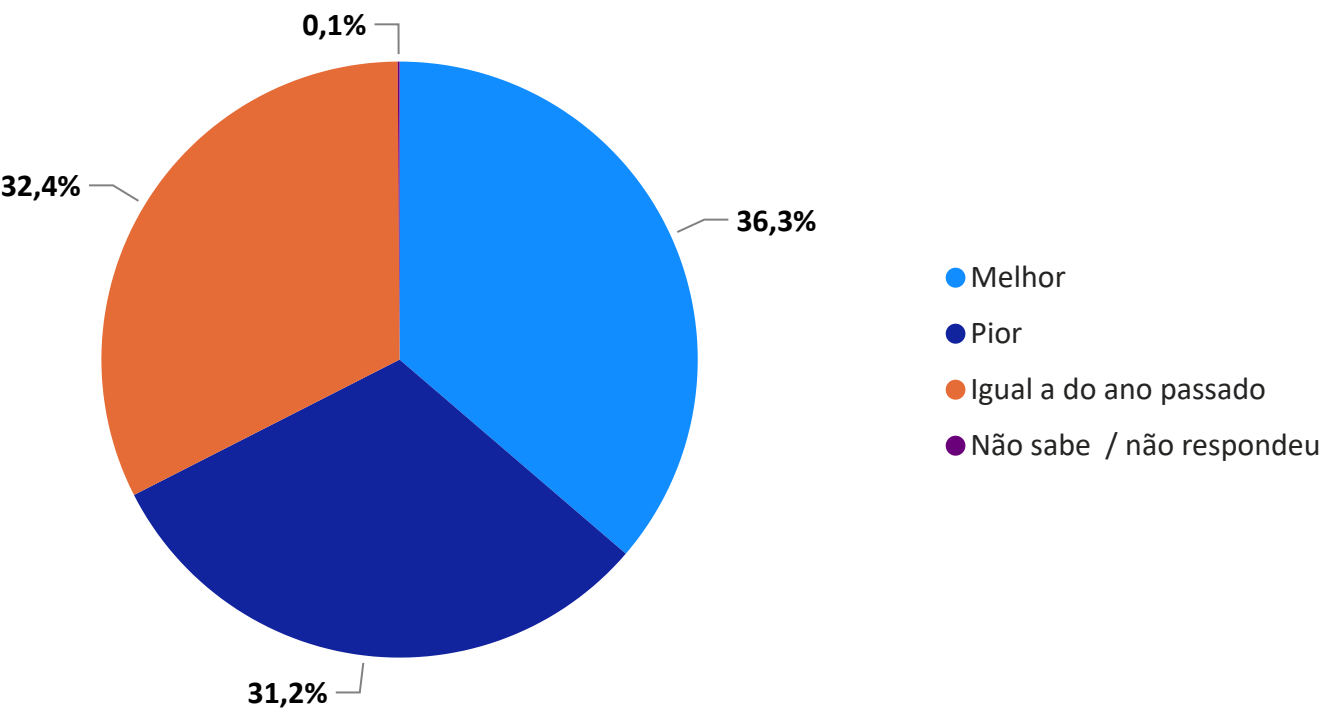
Índice de perspectiva profissional	
Geral	105,6
Até 10 s.m.	102,7
Mais de 10 s.m.	124,0

# Renda atual

02/2023

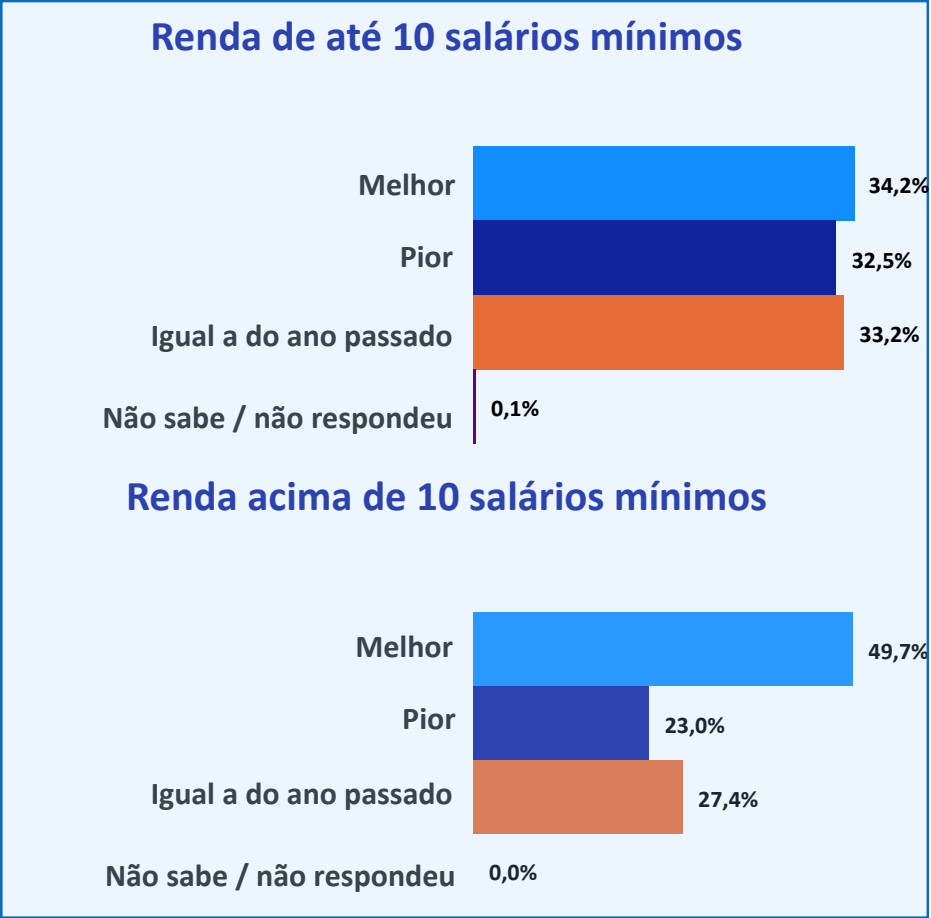


O(a) sr(a). avalia que hoje, em comparação ao mesmo período do ano passado, a renda familiar está...



O índice de renda atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 105,1 pontos, resultado 3,5 pontos superior ao obtido na última análise (101,6 p. p.) e 23,5 pontos superior ao mesmo período do ano passado.

Para 36,3% dos entrevistados, a renda da família está melhor em comparação com o mesmo período de 2021.

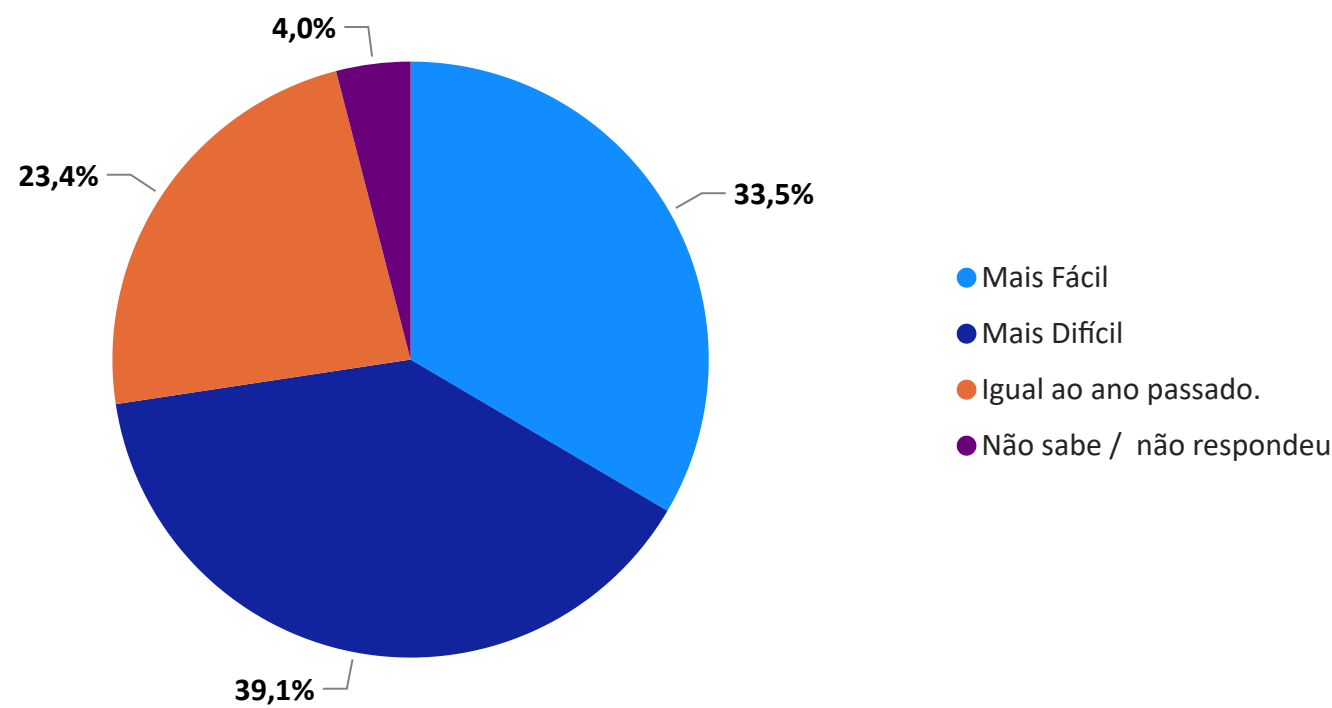


Índice de renda atual	
Geral	105,1
Até 10 s.m.	101,7
Mais de 10 s.m.	126,7



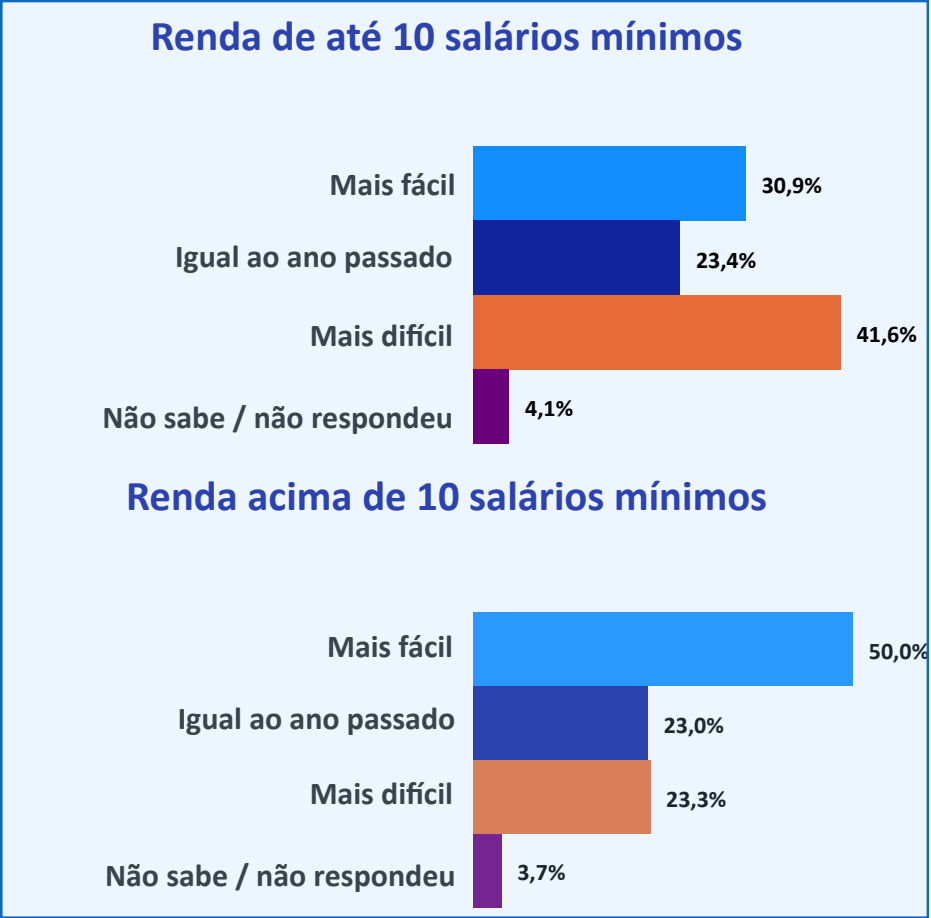
# Acesso ao crédito

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 apresentou um aumento nesta avaliação (3,3 p. p) se comparado com ao obtido na última análise. Já em relação à avaliação realizada em 2022, a desse ano supera em 25,7 pontos.

39,1% dos consumidores acreditam que está mais difícil conseguir empréstimo/crédito para compras a prazo, em comparação ao ano passado.



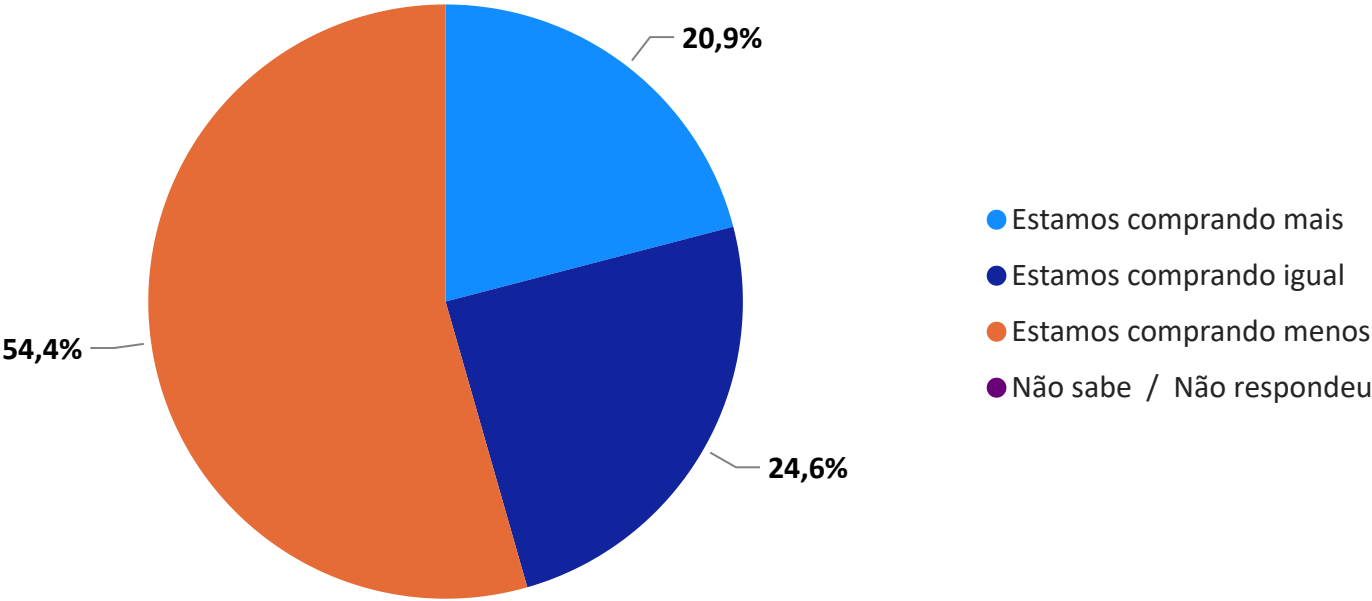
Índice de acesso ao crédito	
Geral	94,3
Até 10 s.m.	89,2
Mais de 10 s.m.	126,7

# Nível de consumo

02/2023

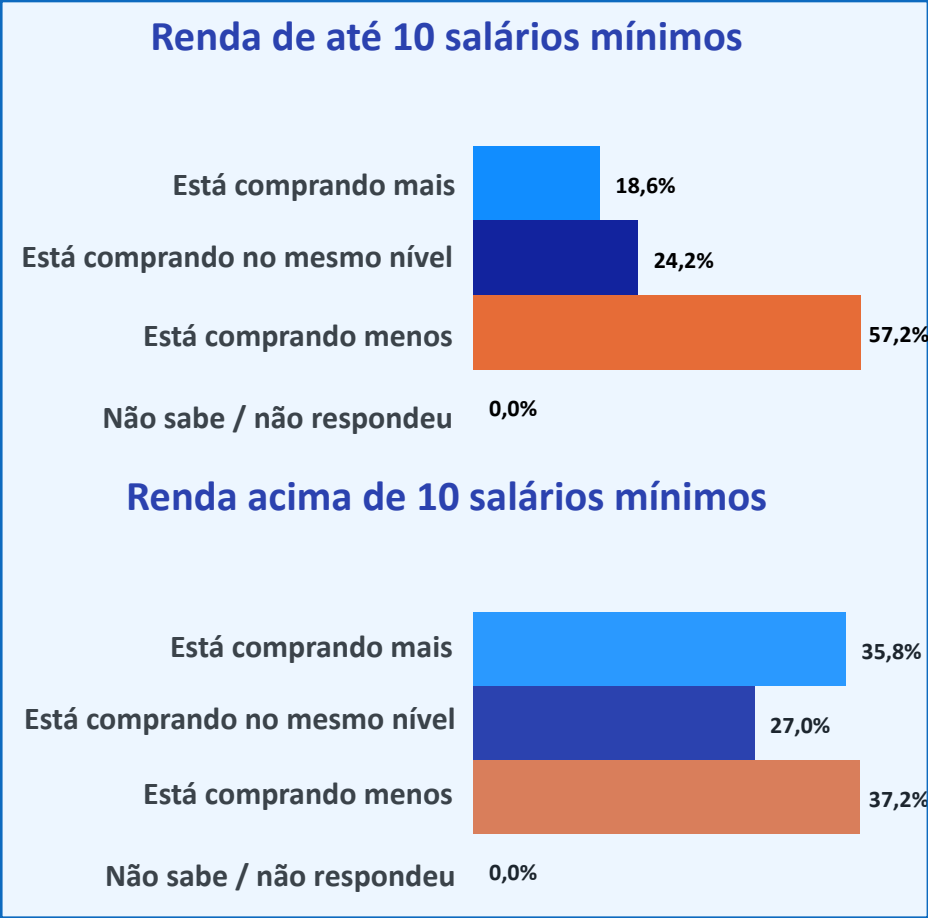


A sua família está, atualmente, comprando mais, menos ou igual ao ano passado?



O índice de nível de consumo assumiu, nesta avaliação, o valor de 66,5 pontos, resultado 1,1 pontos superior ao obtido na última análise (65,4).

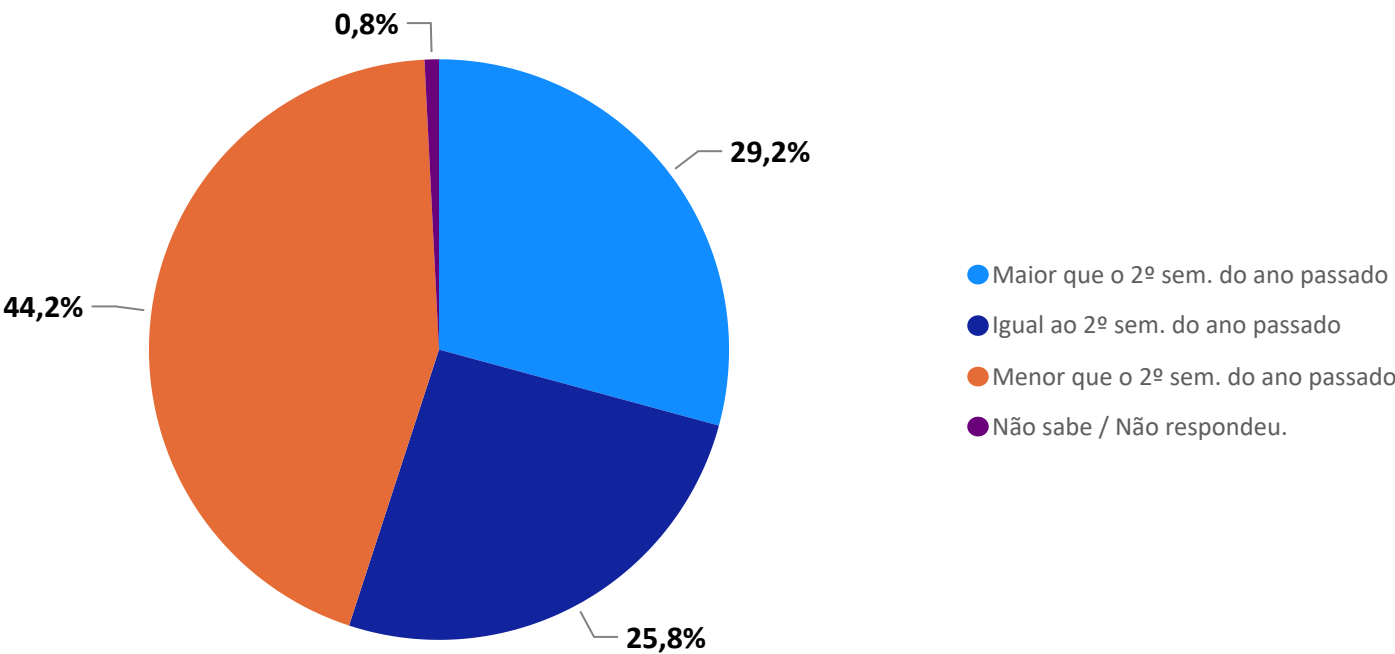
54,4% dos entrevistados afirmaram que a família está comprando menos, em comparação ao ano passado, enquanto 20,9% afirmaram comprar, atualmente, mais.



Índice de nível de consumo	
Geral	66,5
Até 10 s.m.	61,5
Mais de 10 s.m.	98,6

# 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 85,0 pontos, apontando um aumento de 3,2 pontos em relação ao resultado obtido na última análise (81,9).

44,2% dos entrevistados avaliam que, nos próximos meses, irão consumir menos do que no segundo semestre do ano passado.

### Renda de até 10 salários mínimos

Maior que no segundo semestre do ano passado	28,6%
Igual ao segundo semestre do ano passado	25,3%
Menor que no segundo semestre do ano passado	45,2%
Não sabe / não respondeu	0,9%

### Renda acima de 10 salários mínimos

Maior que no segundo semestre do ano passado	33,1%
Igual ao segundo semestre do ano passado	29,1%
Menor que no segundo semestre do ano passado	37,5%
Não sabe / não respondeu	0,3%

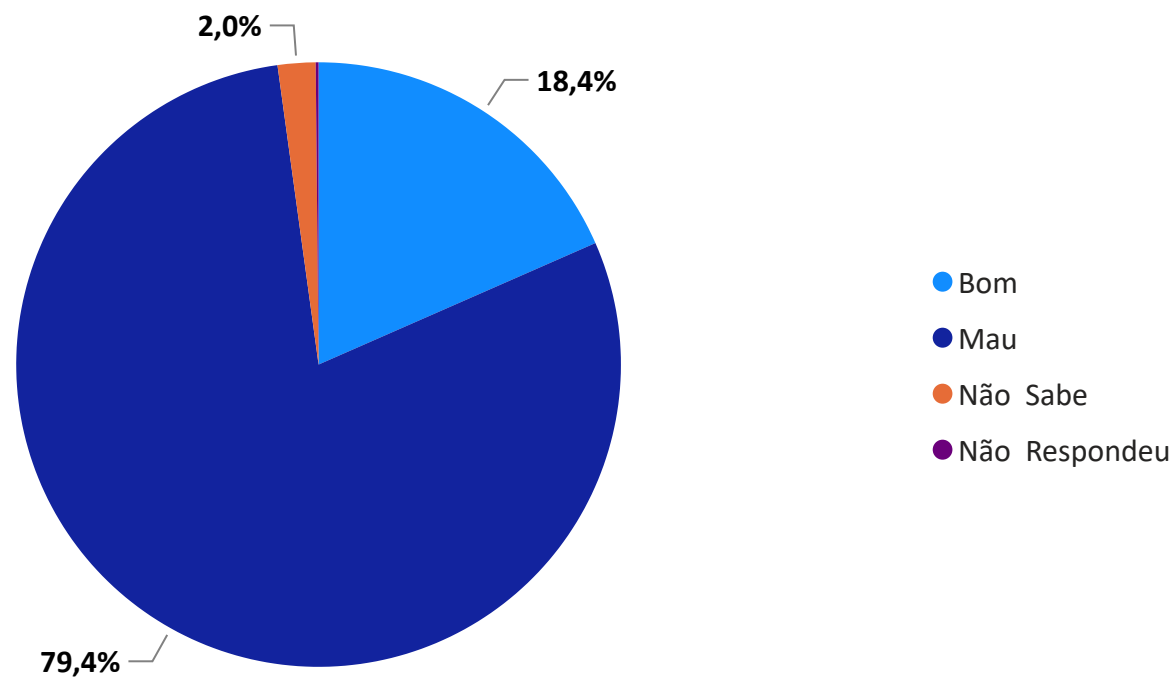
### Índice de perspectiva de consumo

Geral	85,0
Até 10 s.m.	83,4
Mais de 10 s.m.	95,6



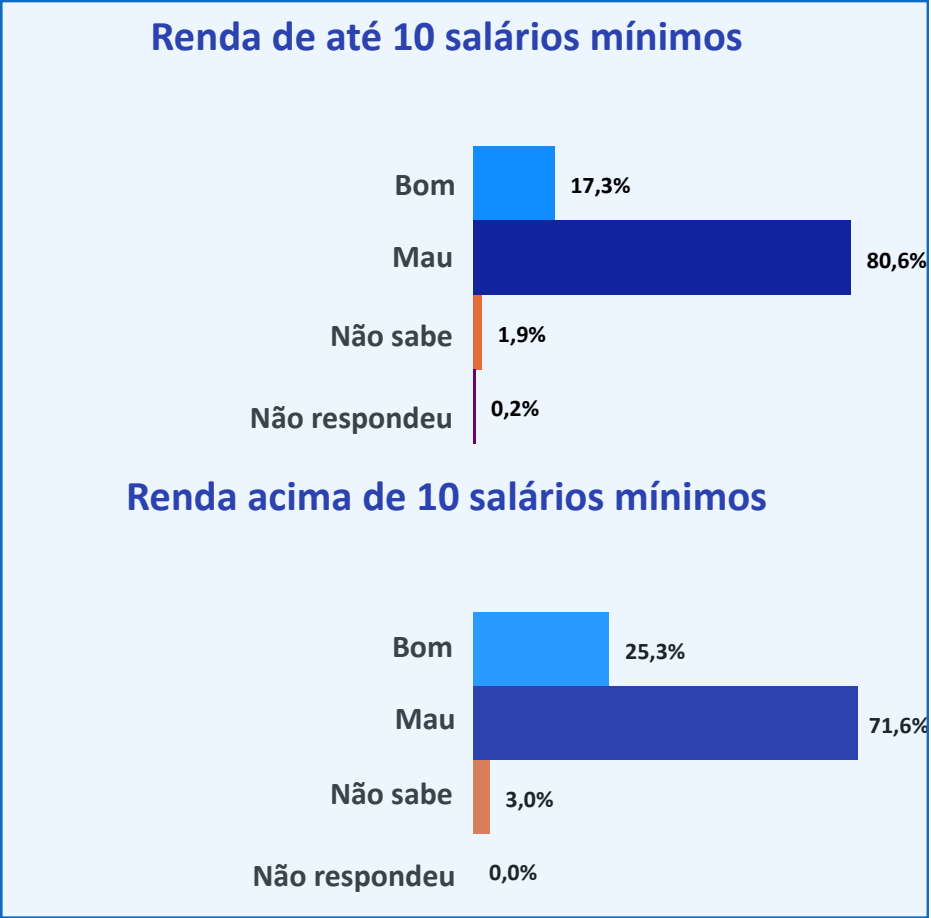
# Momento para duráveis

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 39,0 pontos, resultado superior ao obtido na última análise (35,0).

79,4% dos entrevistados avaliam que, em termos gerais, atualmente é um mau momento para a compra de bens duráveis.



Índice de consumo de bens duráveis	
Geral	39,0
Até 10 s.m.	36,7
Mais de 10 s.m.	53,7

# 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: Stefan Wilson D'Amato**

**Analista de economia: Gabriela Felipe Martins**

**Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva**

**Pesquisadores: Filipe do Nascimento Souza**

**Polyane Pereira Casagrande**

**Rafael Rei de Oliveira**

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.