



Orçamento Doméstico

Fevereiro | 2024



A Pesquisa de Orçamento Doméstico de Belo Horizonte é um balizador do comportamento das famílias, relativo aos seus compromissos financeiros. A falta de planejamento diante dos gastos rotineiros, aliada às compras movidas por impulso/oportunidade, pode desencadear um desequilíbrio, que acaba por impactar a saúde financeira de diversas cadeias de negócios.

A área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realiza este trabalho com objetivo de traçar o quadro da atual situação das famílias e do consumidor em relação ao seu orçamento domiciliar, ou seja, sua postura de organização e planejamento da renda familiar.

73,3% dos consumidores de Belo Horizonte planejam os seus gastos, porém 55,3% não conseguem seguir o proposto;

Entre os consumidores da cidade, 42,2% conseguem planejar o orçamento da família e ainda economizar algum dinheiro. Os consumidores disseram que o recurso que sobra é destinado, principalmente, para atividades de lazer (39,6%) e poupança (30,5%). Quando não sobra, a medida tomada pela maioria dos consumidores é deixar de consumir algo supérfluo (29,3%).

As despesas correntes mais apontadas são alimentação/supermercado (49,9%), aluguel (31,2%), energia elétrica (28,8%) e água (28,3%). Quanto aos compromissos financeiros, o cartão de crédito se destaca, sendo o principal compromisso adotado para 66,7% dos belo-horizontinos.

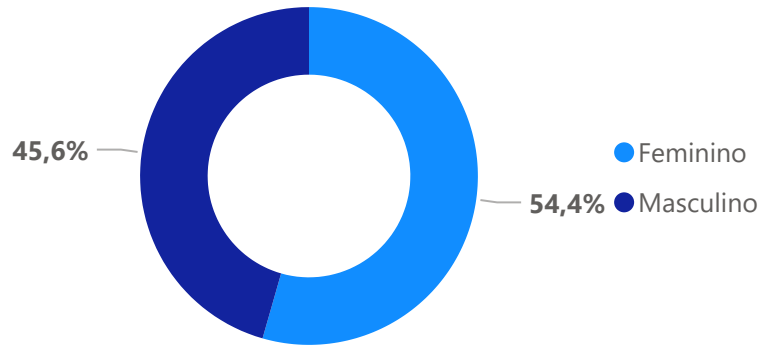
Os grupos de produtos e serviços mais consumidos são os alimentícios (64,4%) e roupas, calçados e acessórios (35,6%). Para essas compras, o cartão de crédito é o mais utilizado (45,2%), seguido do débito (29,0%) e do pix (15,9%).

Perfil dos Consumidores

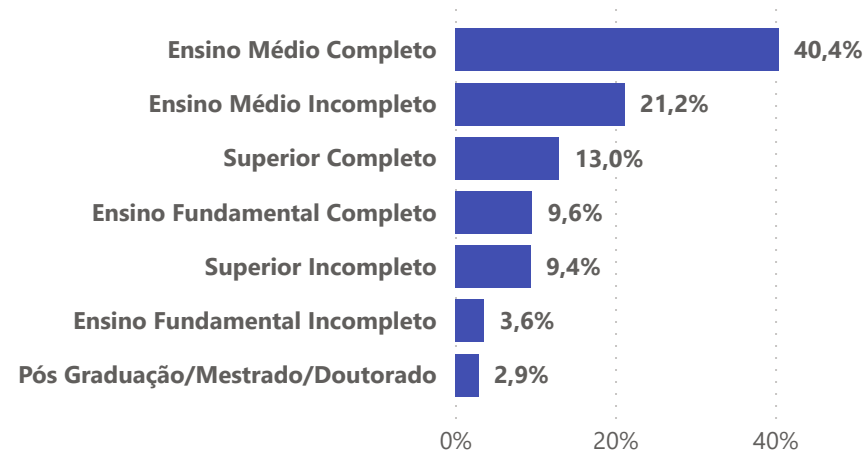
Ano

2024

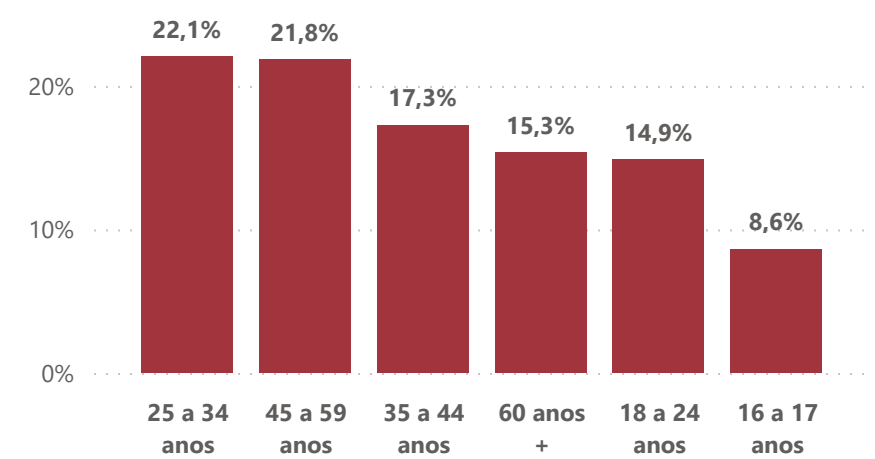
Sexo



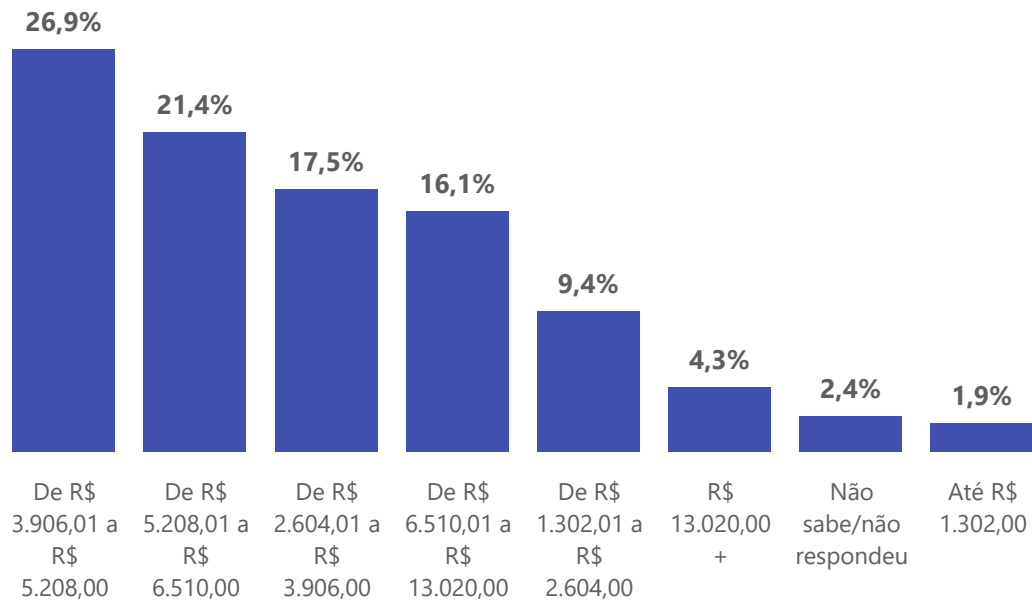
Até que ano de escola o(a) Sr(a) estudou?



Idade



Renda familiar no mês de março (salário + renda do entrevistado + renda dos residentes do domicílio):

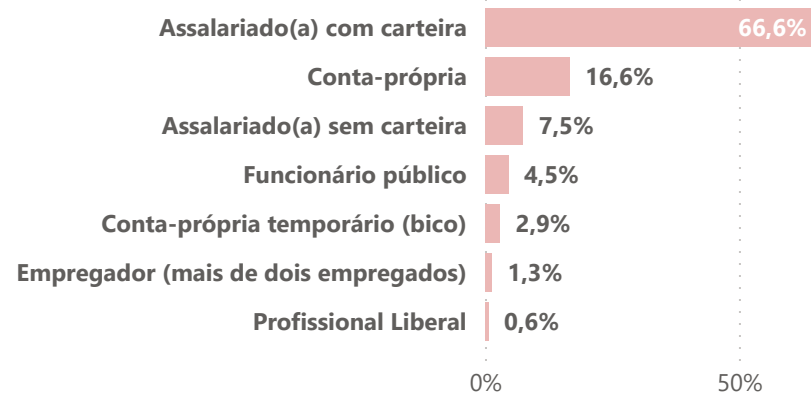


O(A) Sr(a) faz algum trabalho remunerado?

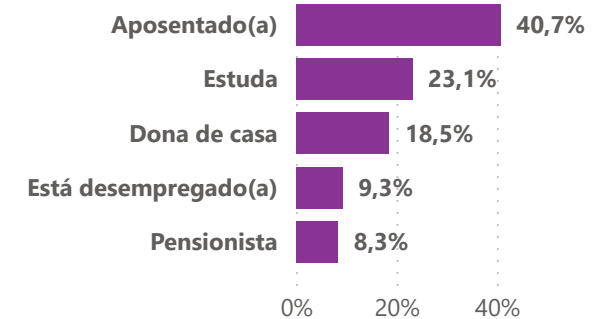
ir para a 18B) Sim



No seu trabalho o(a) Sr(a). é:



(SE NÃO TRABALHA) Qual é a sua ocupação principal: só estuda, é aposentado(a)?

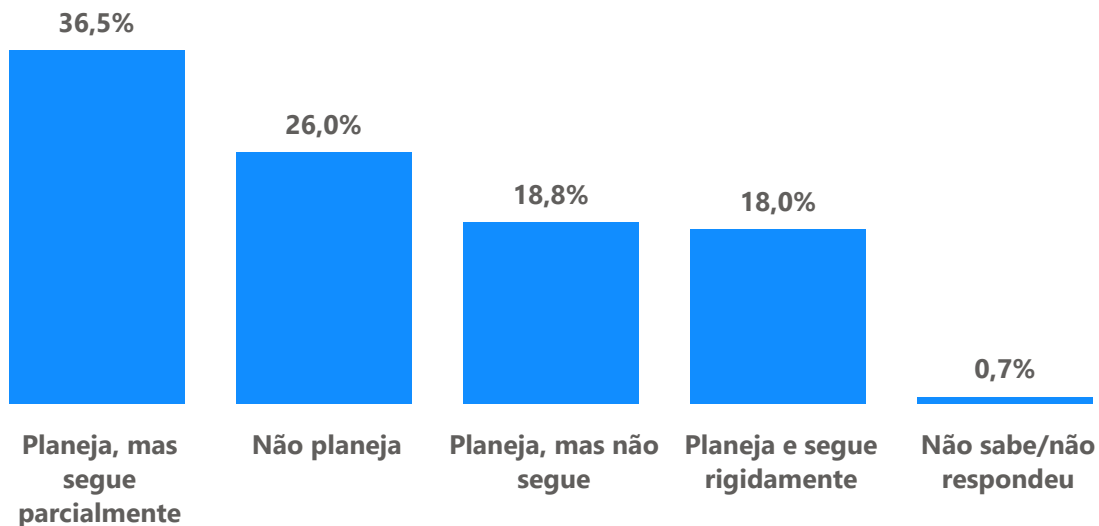


Perfil dos Consumidores

Ano

2024

O(a) sr(a) costuma planejar os seus gastos para o mês tendo em vista a renda familiar?



O(a) sr(a) costuma planejar os seus gastos para o mês tendo em vista a renda familiar? (RESPOSTA ÚNICA)

	2023	2024
Não sabe/não respondeu	0,96%	0,72%
Planeja, mas não segue	5,05%	18,75%
Planeja e segue rigidamente	23,32%	18,03%
Não planeja	29,33%	25,96%
Planeja, mas segue parcialmente	41,35%	36,54%
Total	100,00	100,00
	%	

Dos consumidores da cidade, 36,5% planejam seus gastos, mas seguem apenas parcialmente e 18,0% seguem rigidamente. Enquanto isso, 26,0% não planejam seus gastos e 18,8% planejam, mas não seguem seus planejamentos.

O percentual de consumidores que fazem o planejamento de seus gastos atingiu, neste ano, um percentual de 73,3%, 3,6 p.p. em relação ao valor mensurado no ano passado (69,7%).

Perfil dos Consumidores

Ano

2024

Gostaria que o(a) sr(a) me dissesse quais destas situações mais se aproxima da sua: (RESPOSTA ÚNICA)	2023	2024
Consigo planejar meu orçamento familiar e ainda sobra algum dinheiro	53,85%	42,21%
Consigo pagar as minhas contas em dia, mas, não me sobra nada	35,10%	24,94%
Sempre tenho que recorrer a algum tipo de financiamento (cheque, cartão, etc) para cobrir meus gastos	4,57%	17,03%
Sempre recorro a algum tipo de financiamento, mas ainda assim fico devendo	2,64%	6,24%
Não recorro a nenhum tipo de financiamento, mas devo muito	2,16%	5,52%
Não sabe/não respondeu	1,68%	4,08%
Total	100,00%	100,00%

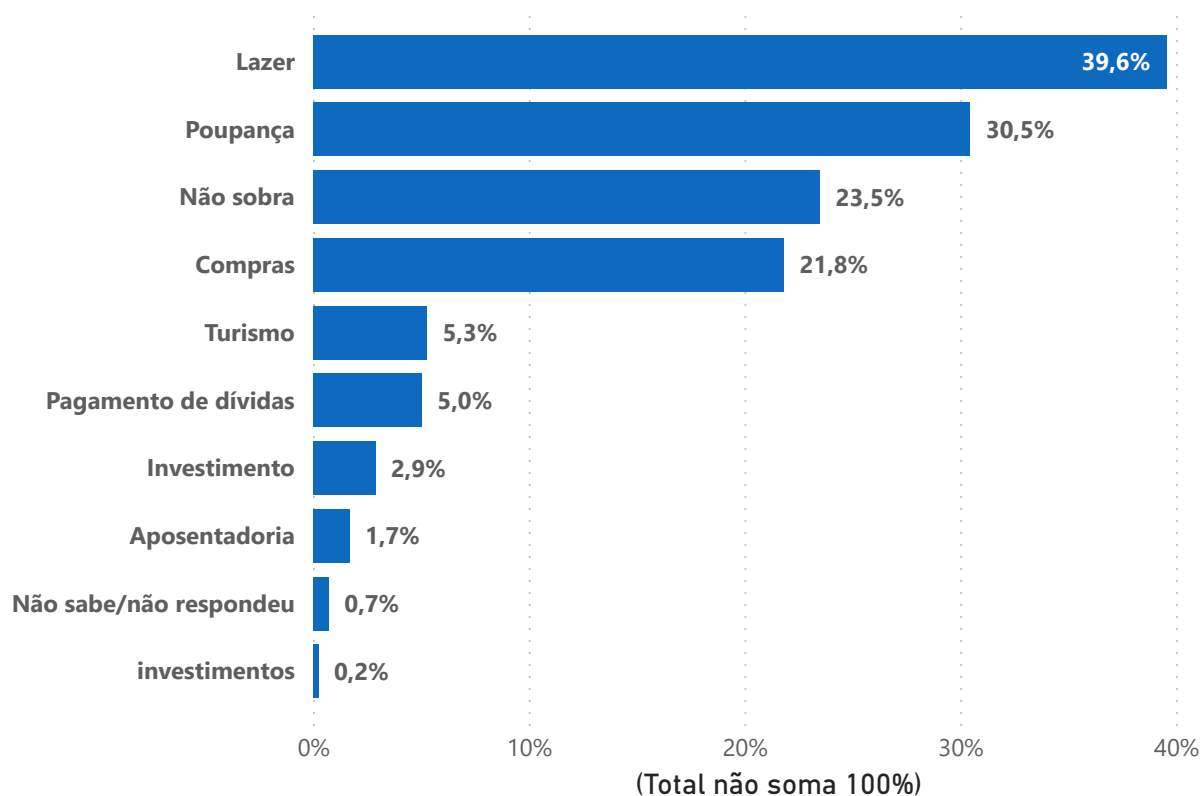
Nesta avaliação, 42,2% conseguem planejar o orçamento e ainda sobra algum dinheiro, e 24,9% conseguem pagar as suas contas em dia, porém não sobra nenhum dinheiro.

Perfil dos Consumidores

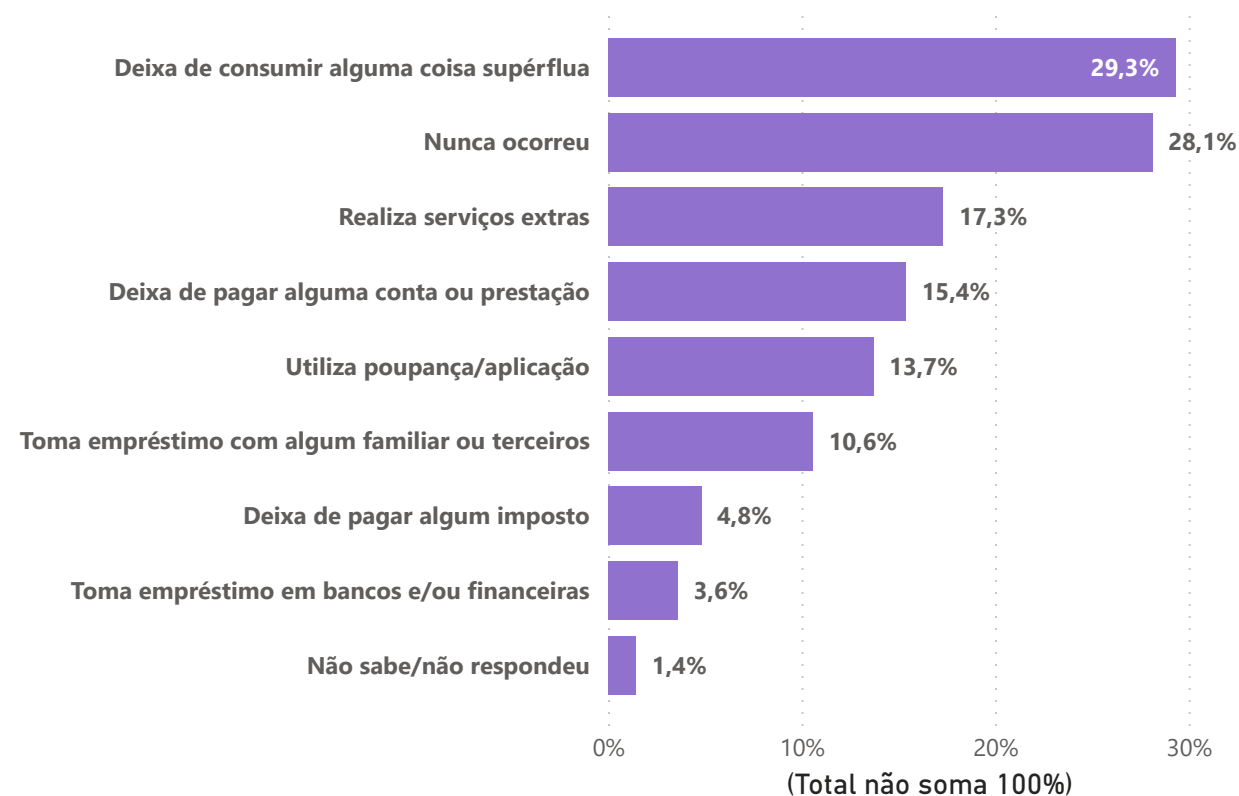
Ano

2024

Qual o destino para o recurso que sobra mensalmente?



E quando o orçamento não cobre tudo, qual medida o sr(a) toma?



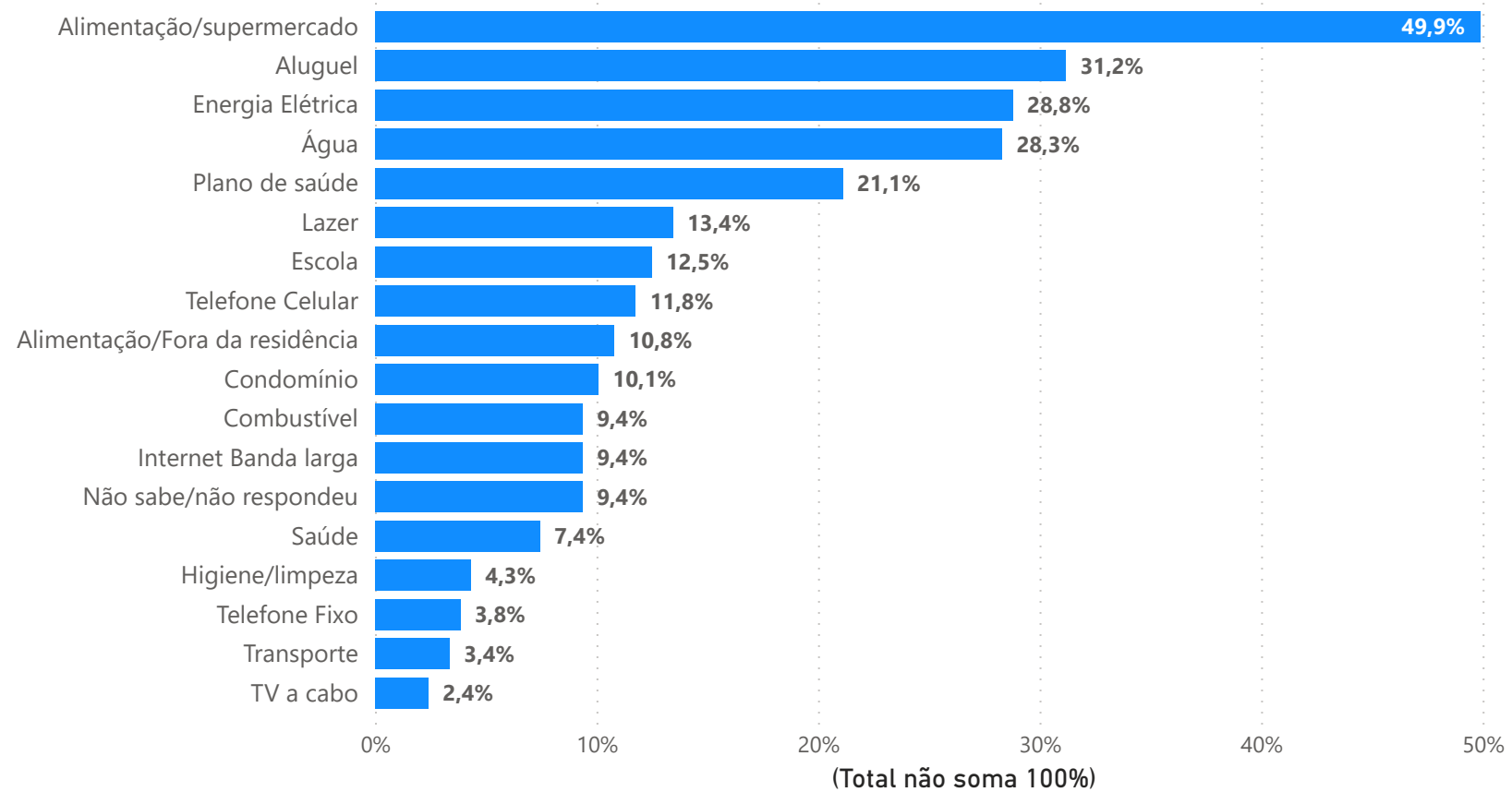
Entre os consumidores, 35,7% destinam o recurso que sobra mensalmente em aplicações na caderneta de poupança, 32,0% em lazer. Para 15,6%, o valor que sobra é gasto em compras. Enquanto isso, 16,7% indicaram que não sobra recursos no mês.

Quando o orçamento não cobre os compromissos financeiros, 32,0% deixam de consumir algo supérfluo, 15,5% utilizam recursos da poupança ou suas aplicações e 13,0% realiza serviços extras/freelances. No entanto, para 20,9% essa situação nunca ocorreu.

Despesas correntes

Ano
2024

Despesas correntes



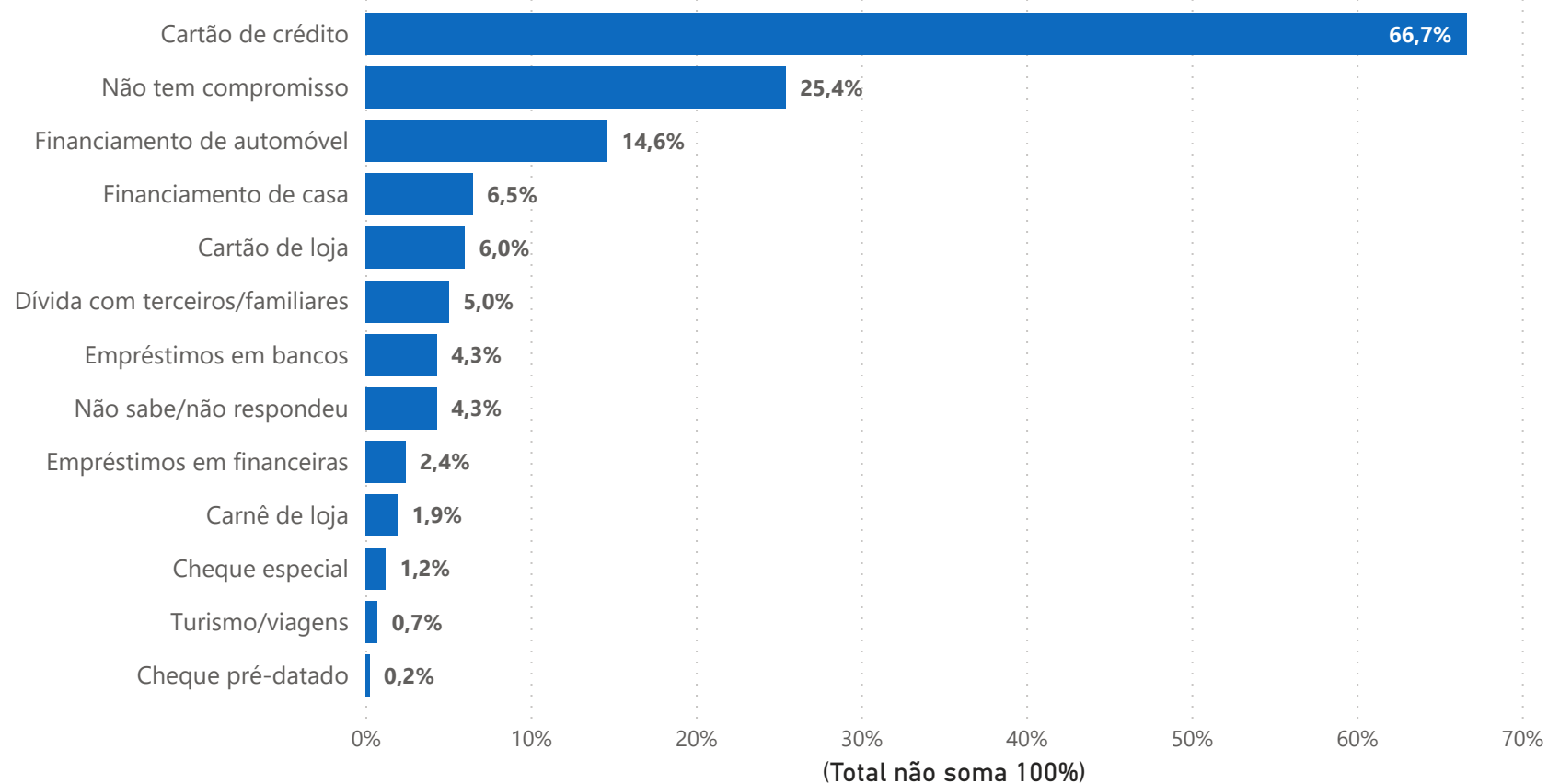
Cada consumidor foi orientado a sinalizar as três despesas correntes que mais pesam em seu orçamento. As mais citadas foram: alimentação/supermercado, aluguel e energia elétrica.

Perfil dos Consumidores

Ano

2024

Compromissos financeiros



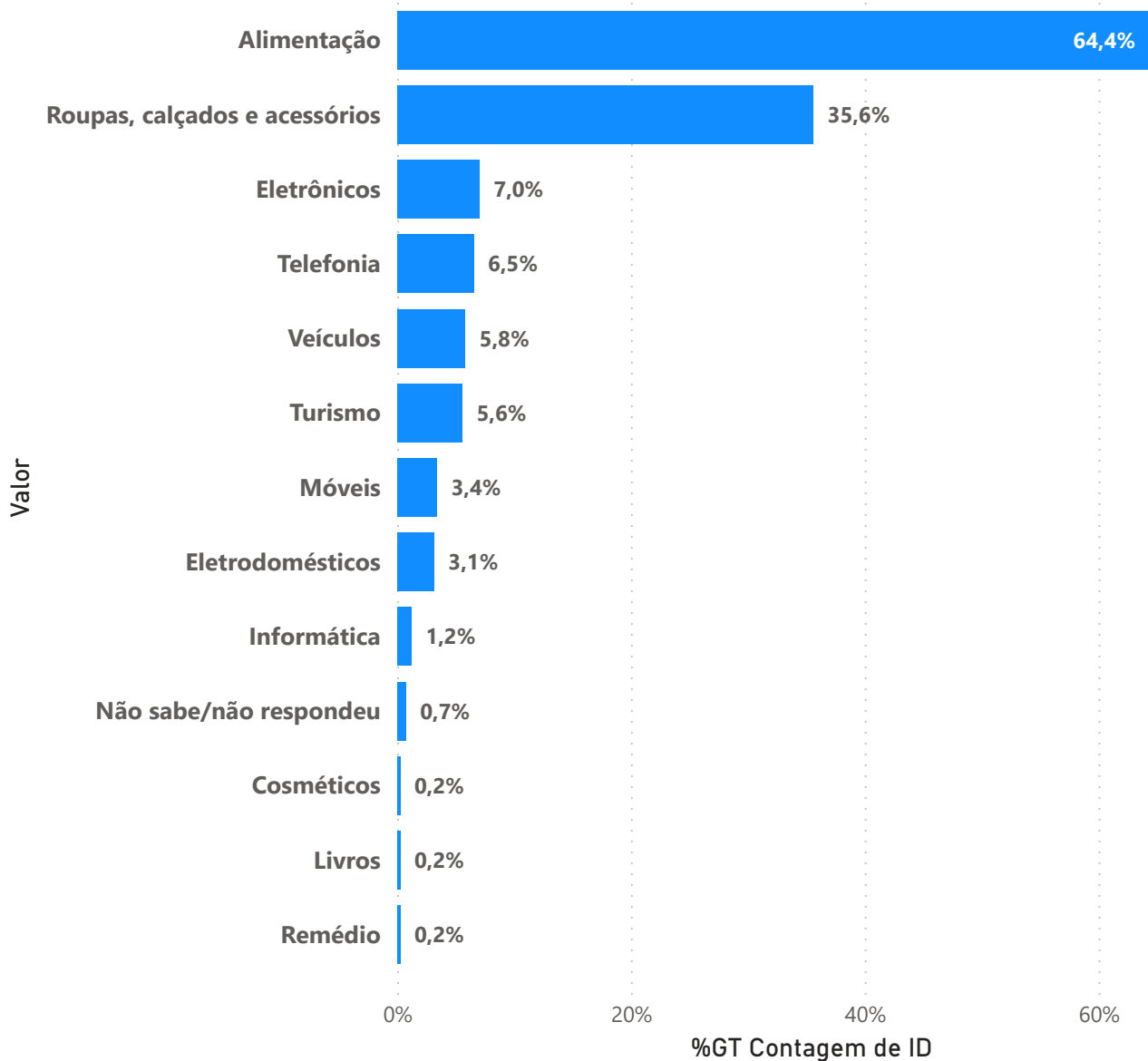
Os consumidores puderam ordenar os compromissos financeiros de maior peso no orçamento. O cartão de crédito é o campeão, indicado por 66,7% dos consumidores; ele vem seguido por cartão de loja (1,7%) e empréstimos em bancos e com terceiros/familiares (0,3%). Alguns outros compromissos financeiros também foram citados pelos consumidores, sobressaindo o financiamento de automóvel e de casa.

Perfil dos Consumidores

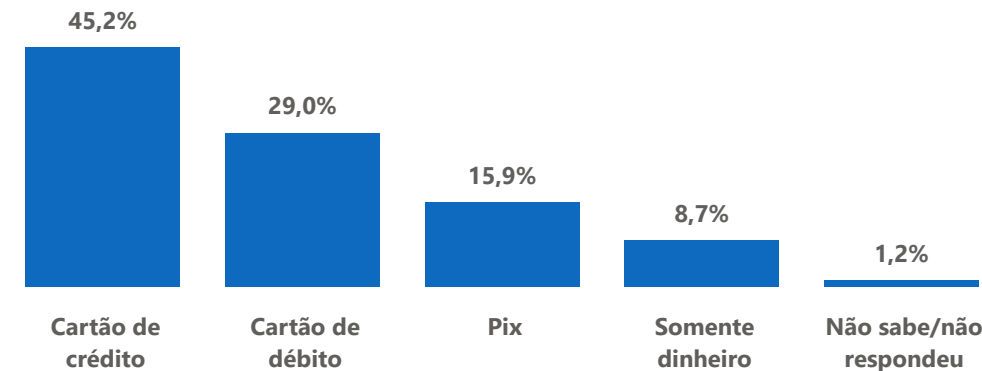
Ano

2024

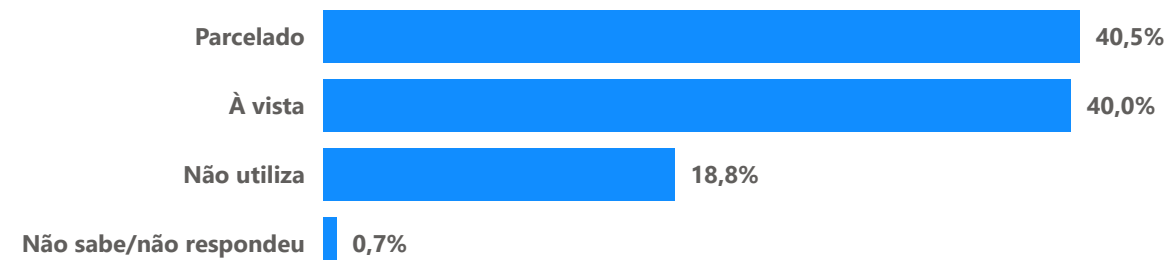
Quas grupos de produtos e serviços mais consome?



O(a) sr(a) tem o costume de utilizar na hora das compras: (RESPOSTA ÚNICA)



Como é a forma de pagamento preferida em suas compras com o Cartão de Crédito?



Os grupos de produtos e serviços que mais são consumidos, são: alimentação (64,4%), roupas, calçados e acessórios (35,6%) e eletrônicos (7,0%).

A forma de pagamento mais utilizada é o cartão de crédito (45,2%). Entre os 25,7% de consumidores que utilizam o cartão de crédito como forma de pagamento principal, 40,5% costumam dividir o valor em parcelas e 40,0% passam em uma só vez.

A metodologia utilizada foi a aplicação de questionários (survey) em uma amostra dos consumidores do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais de acordo com sexo, grupo de idade e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova). Foram entrevistadas 417 pessoas, no período de 09 a 20 de fevereiro de 2024. O intervalo de confiança da amostra foi de 95% e a margem de erro de 5,0 pontos percentuais.

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 Fecomércio MG como fonte de informação.

Equipe Técnica

Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Coordenador de Estudos Econômicos: Stefan Wilson D'Amato

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins e Gilson Jose Machado

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Polyane Pereira Casagrande e Rafael Rei de Oliveira

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais

Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG

CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324

economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br