Intenção de Consumo das Famílias (ICF)

Belo Horizonte - Outubro/2026

Análise feita pelo Núcleo de Estudos Econômicos



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.

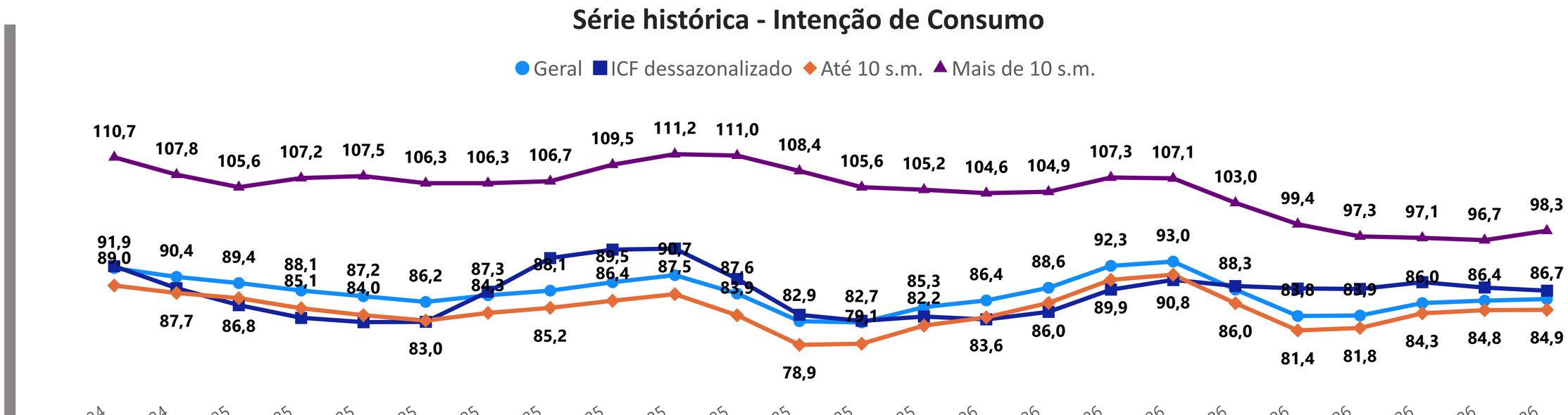
Em virtude de sua dimensão, é possível identificar a satisfação/insatisfação dos consumidores. Um índice abaixo de 100 pontos revela uma percepção de insatisfação, enquanto acima de 100 (com limite de 200 pontos) demonstra o grau de satisfação em termos de emprego, renda e capacidade de consumo. A pesquisa investiga sete itens que podem ser avaliados separadamente e também de forma segmentada em dois níveis de renda.

Outubro

Na comparação com o mês anterior, o ICF apresentou um crescimento de 0,3 pontos, assumindo a pontuação de 86,7. Com esse resultado, a confiança das famílias se mantém abaixo dos 100 pontos, permanecendo no nível de insatisfação.

Série*

- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018
- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 2023
- 2024



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

*Salários mínimos

Subíndices ICF

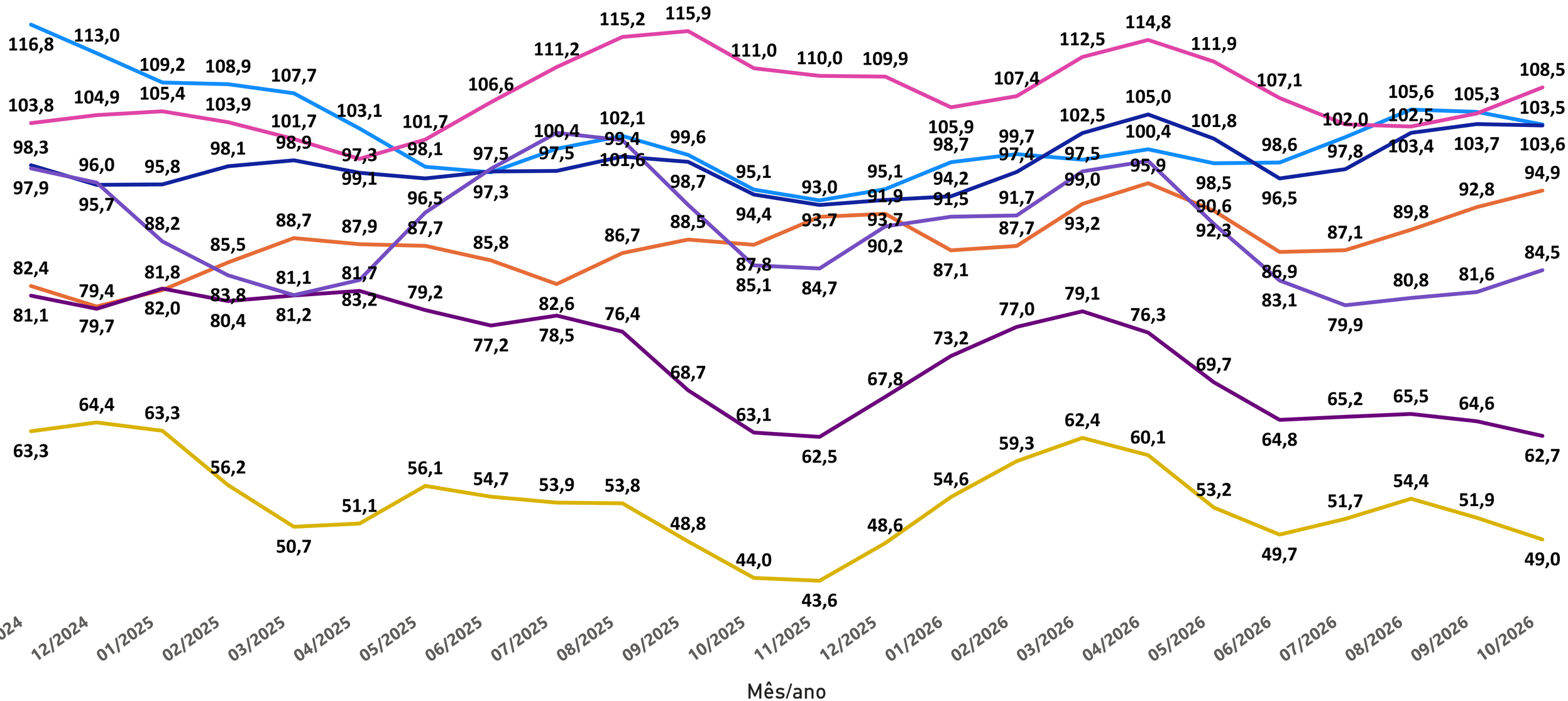
FIltro Renda

Geral

Ano/Mês

Seleções múltiplas

Evolução dos Subíndices

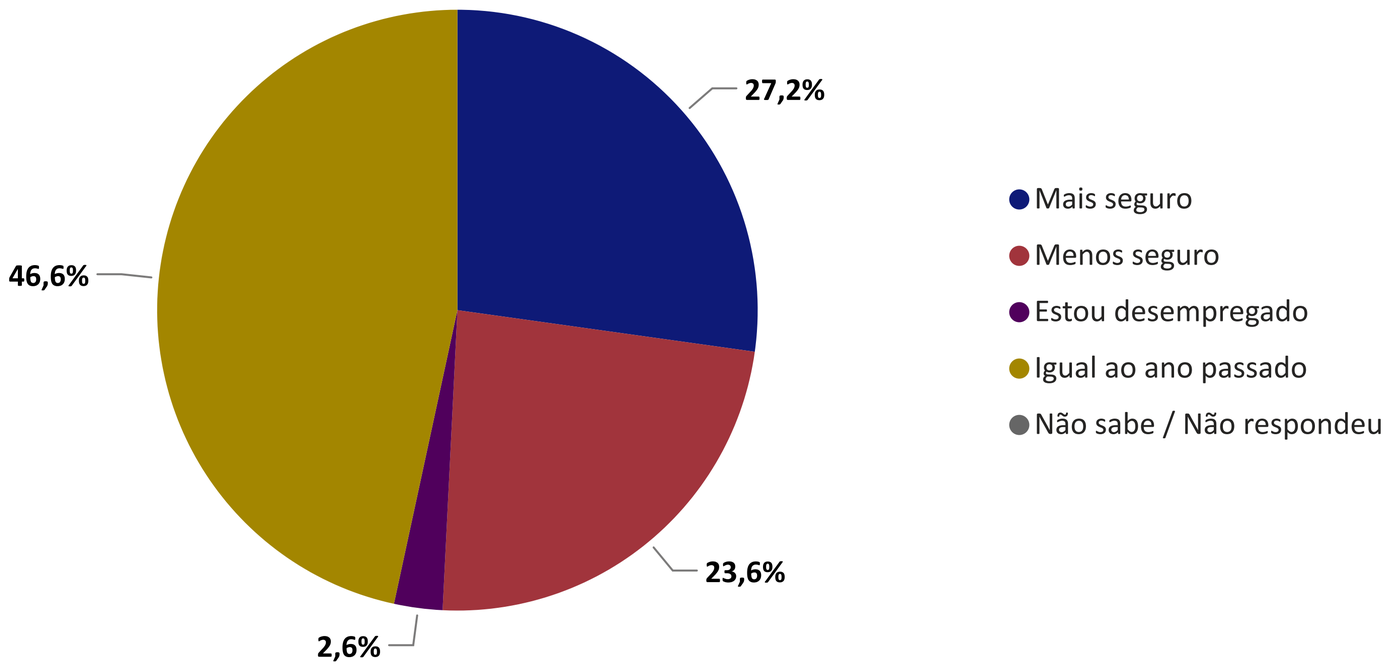


Emprego atual

Período

10/2026

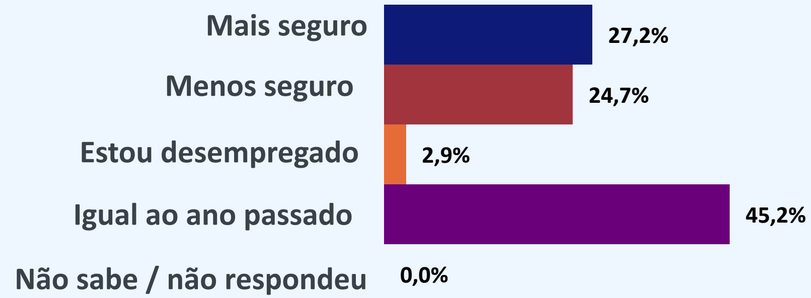
Em relação ao seu emprego, como o(a) sr.(a) se sente em comparação com sua situação no mesmo período do ano passado?



O índice de emprego atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 103,6 pontos, resultado 1,7 pontos inferior ao observado no mês anterior (105,3) e 8,6 pontos superior ao do ano passado (95,1 p. p.).

27,2% 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

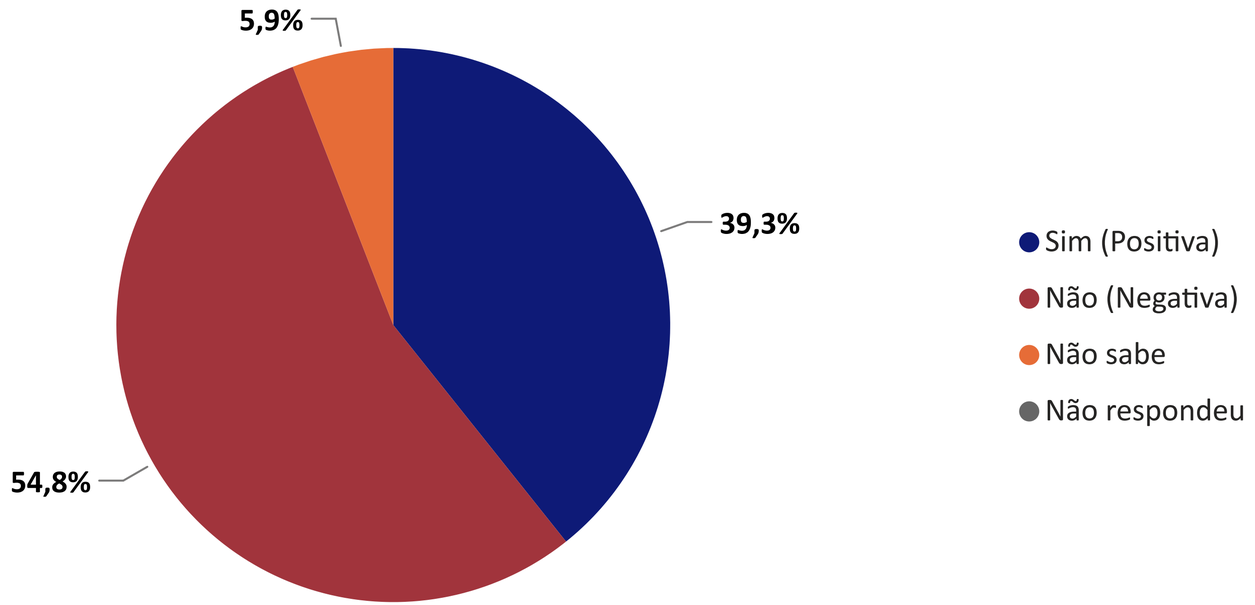
Geral	103,6
Até 10 s.m.	102,6
Mais de 10 s.m.	110,5

Perspectiva profissional

Período

10/2026

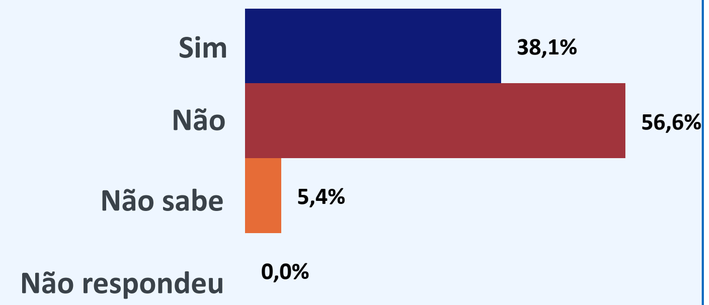
O responsável pelo domicílio acha que terá alguma melhora profissional nos próximos seis meses?



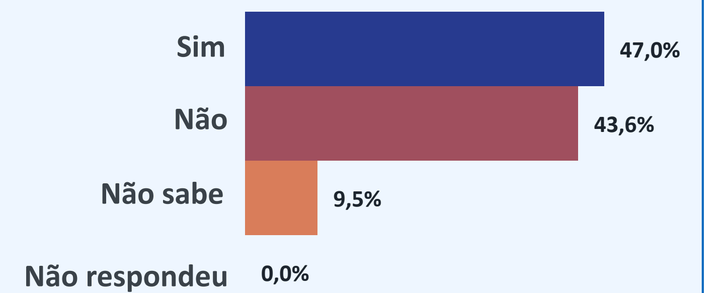
O índice de perspectiva profissional assumiu, nesta avaliação, o valor de 84,5 pontos, resultado 2,9 pontos superior ao obtido na última análise (81,6 p. p.) e 0,6 pontos inferior em relação ao ano passado (85,1 p. p.).

39,3% 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 (37,7 p. p.). Essa expectativa é maior entre as famílias com renda superior a 10 salários mínimos (47,0%), enquanto que, entre as famílias com renda inferior a 10 salários mínimos, 56,6% não acreditam que haverá melhora e 38,1% acreditam que haverá.

Renda de até 10 salários mínimos



Renda acima de 10 salários mínimos



Índice de perspectiva profissional

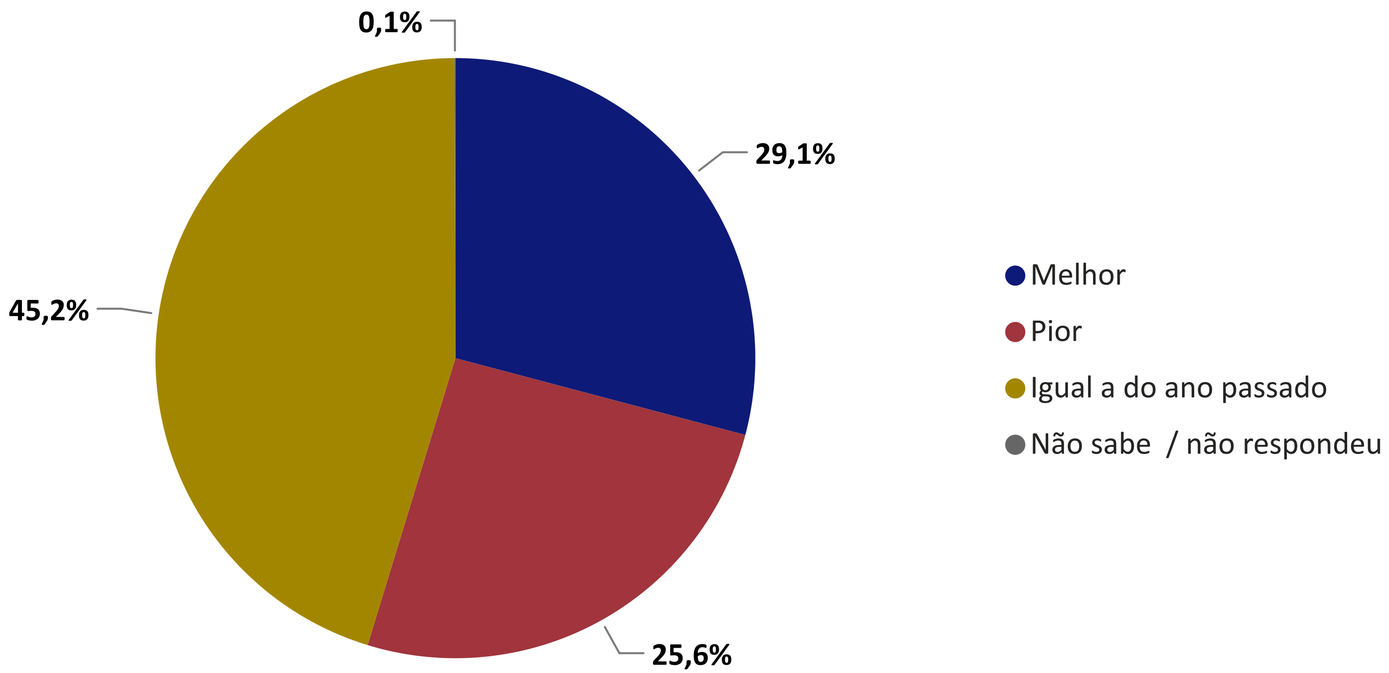
Geral	84,5
Até 10 s.m.	81,5
Mais de 10 s.m.	103,4

Renda atual

Período

10/2026

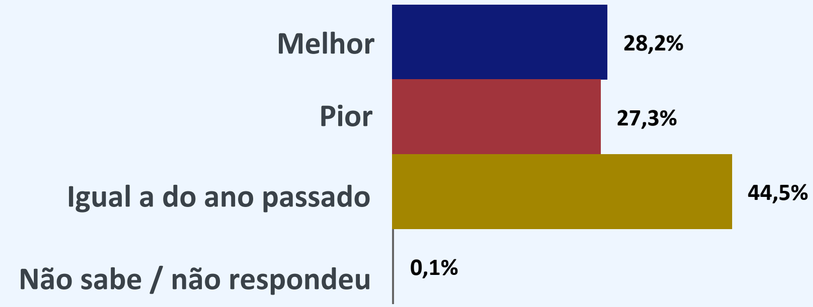
O(a) sr(a). avalia que hoje, em comparação ao mesmo período do ano passado, a renda familiar está...



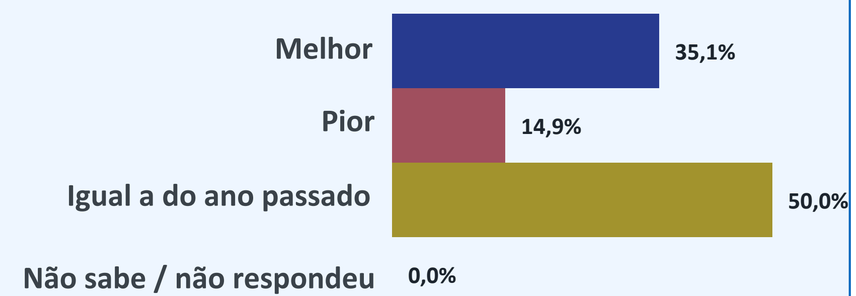
O índice de renda atual assumiu, nesta avaliação, o valor de 103,5 pontos, resultado superior ao obtido na última análise (103,7 p. p.) e 9,1 pontos superior ao mesmo período do ano passado (94,4 p. p.).

Para 29,1% dos entrevistados, a renda da família está melhor em comparação com o mesmo período de 2025.

Renda de até 10 salários mínimos



Renda acima de 10 salários mínimos



Índice de renda atual

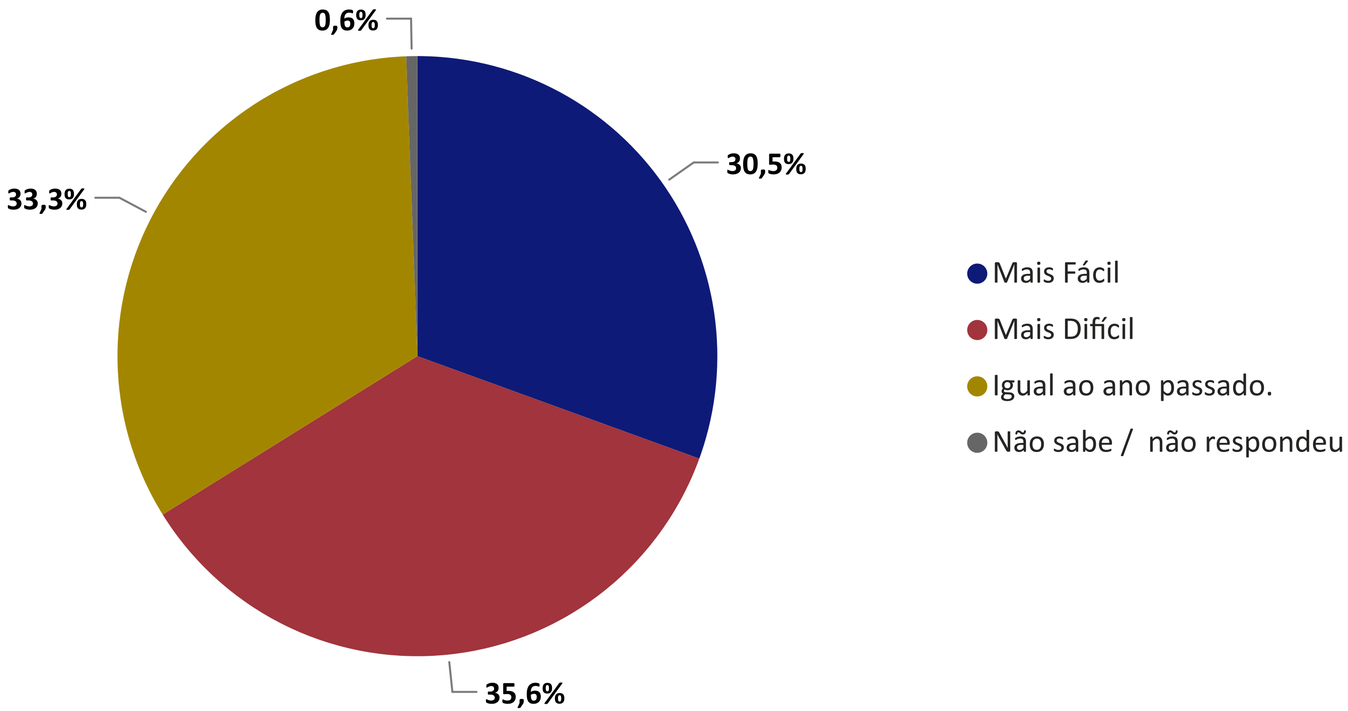
Geral	103,5
Até 10 s.m.	100,9
Mais de 10 s.m.	120,3

Acesso ao crédito

Período

10/2026

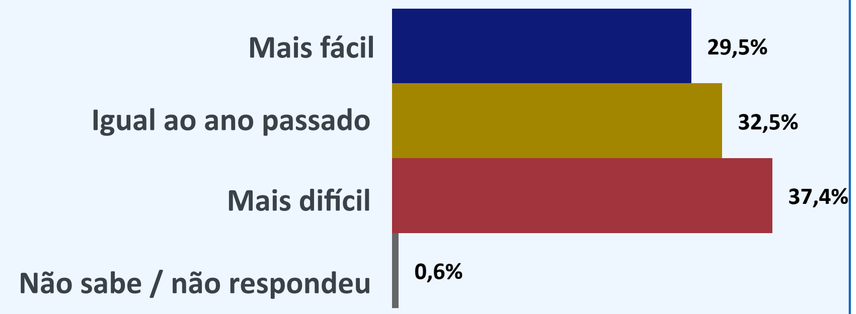
O(a) sr(a). acha que, comparado ao ano passado, está mais fácil ou mais difícil conseguir empréstimo/crédito para comprar a prazo?



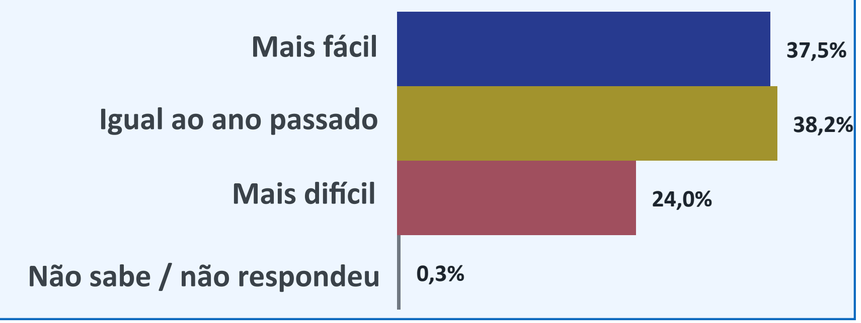
O índice de acesso ao crédito apresentou um crescimento nesta avaliação (2,2 p. p) se comparado com ao obtido na última análise. Já em relação à avaliação realizada em 2025, a desse ano é superior em 7,1 pontos.

35,6% 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

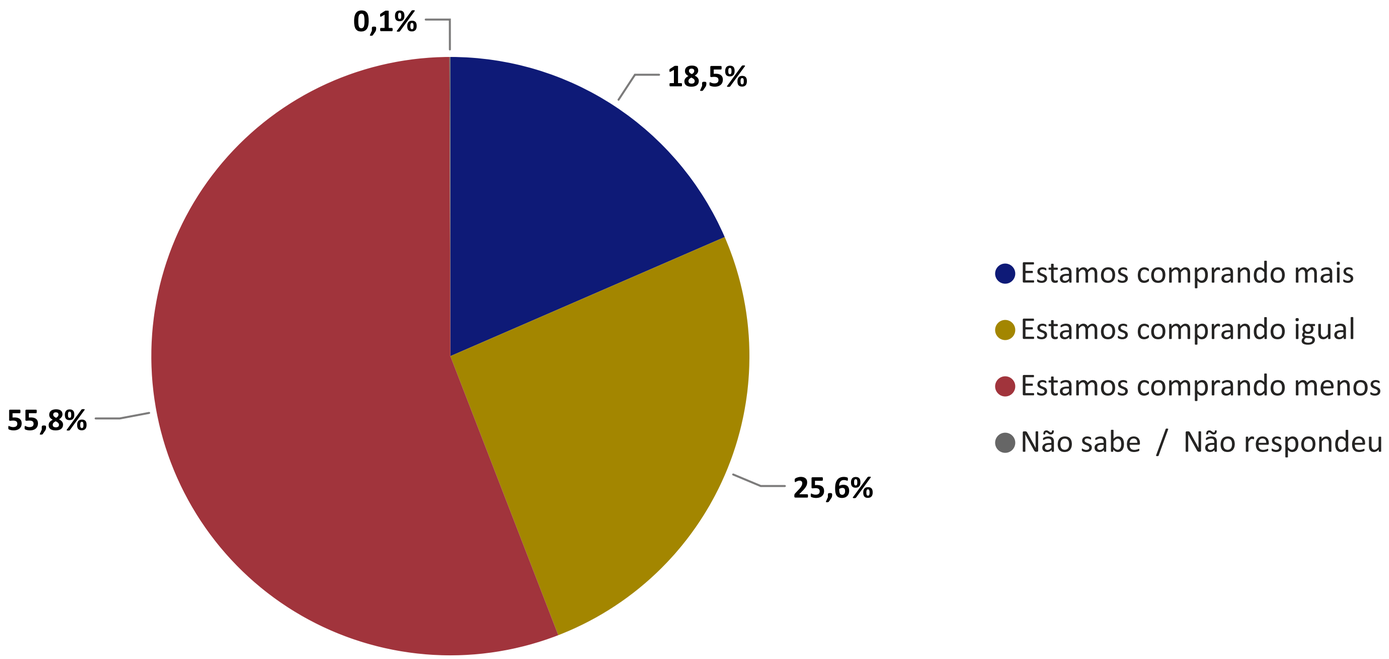
Geral	94,9
Até 10 s.m.	92,0
Mais de 10 s.m.	113,5

Nível de consumo

Período

10/2026

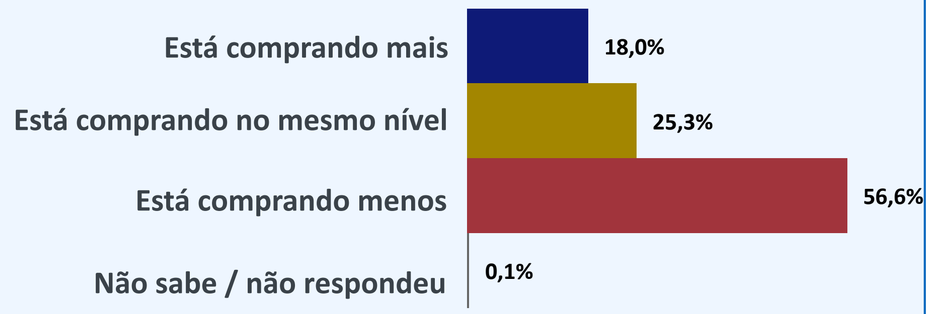
A sua família está, atualmente, comprando mais, menos ou igual ao ano passado?



O índice de nível de consumo assumiu, nesta avaliação, o valor de 62,7 pontos, resultado 1,9 pontos inferior ao obtido na última análise (64,6) e 0,4 pontos abaixo do obtido no mesmo período do ano passado.

55,8% dos entrevistados afirmaram que a família está comprando menos, em comparação ao ano passado, enquanto 18,5% afirmaram comprar, atualmente, mais.

Renda de até 10 salários mínimos



Renda acima de 10 salários mínimos



Índice de nível de consumo

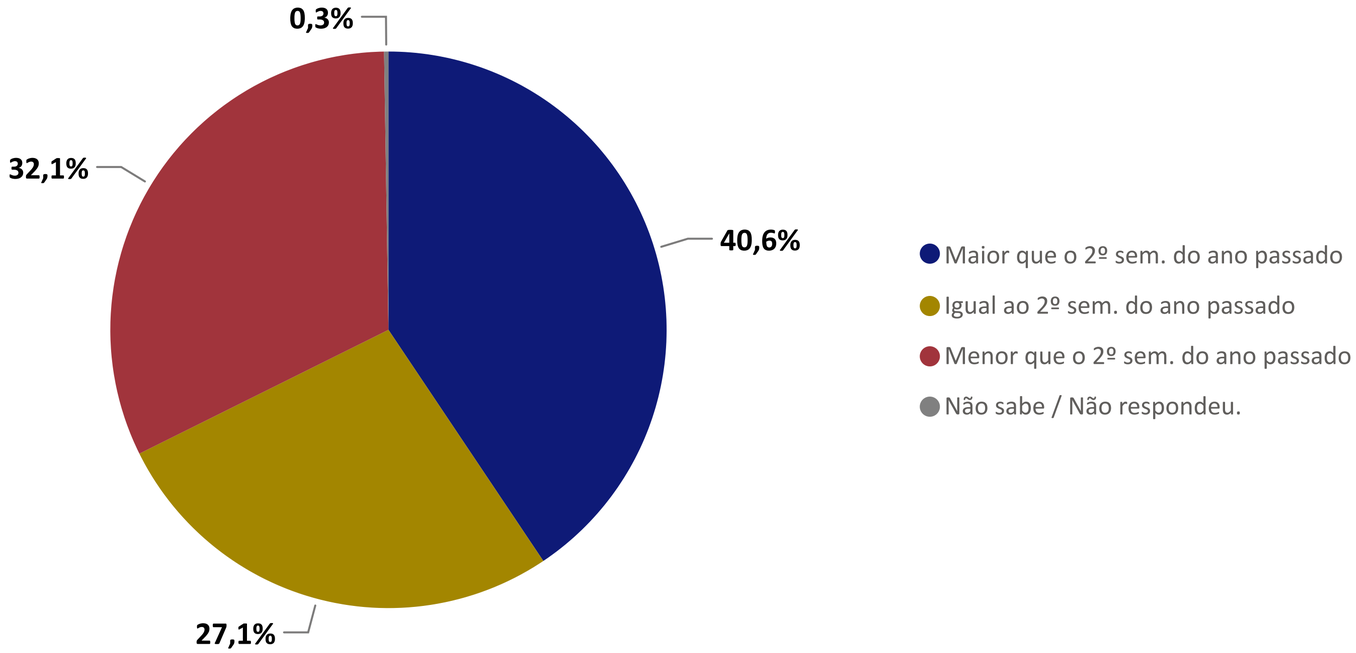
Geral	62,7
Até 10 s.m.	61,4
Mais de 10 s.m.	70,6

Perspectiva de consumo

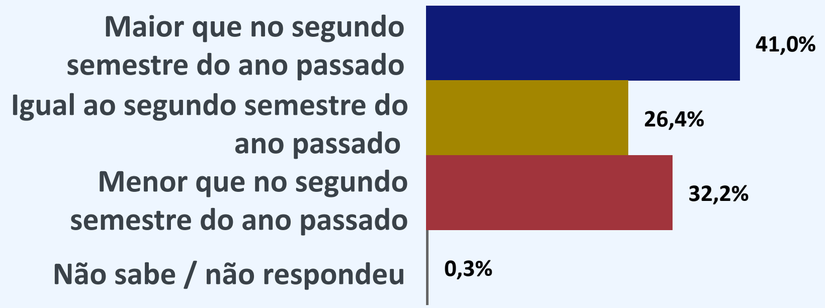
Período

10/2026

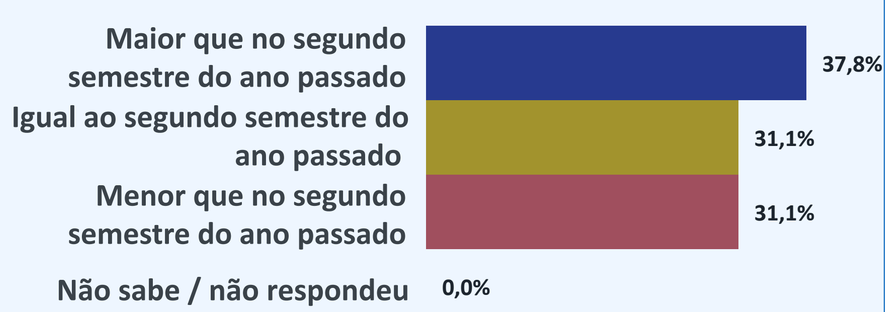
Para os próximos meses, o sr(a). acha que o consumo de sua família e da população em geral tende a ser...



Renda de até 10 salários mínimos



Renda acima de 10 salários mínimos



O índice de perspectiva de consumo assumiu, nesta avaliação, o valor de 108,5 pontos, apontando uma crescimento de 3,4 pontos em relação ao resultado obtido na última análise (105,1) e 2,5 pontos abaixo do observado no mesmo período de 2025.

40,6% dos entrevistados avaliam que, nos próximos meses, irão consumir mais do que no mesmo período do ano passado.

Índice de perspectiva de consumo

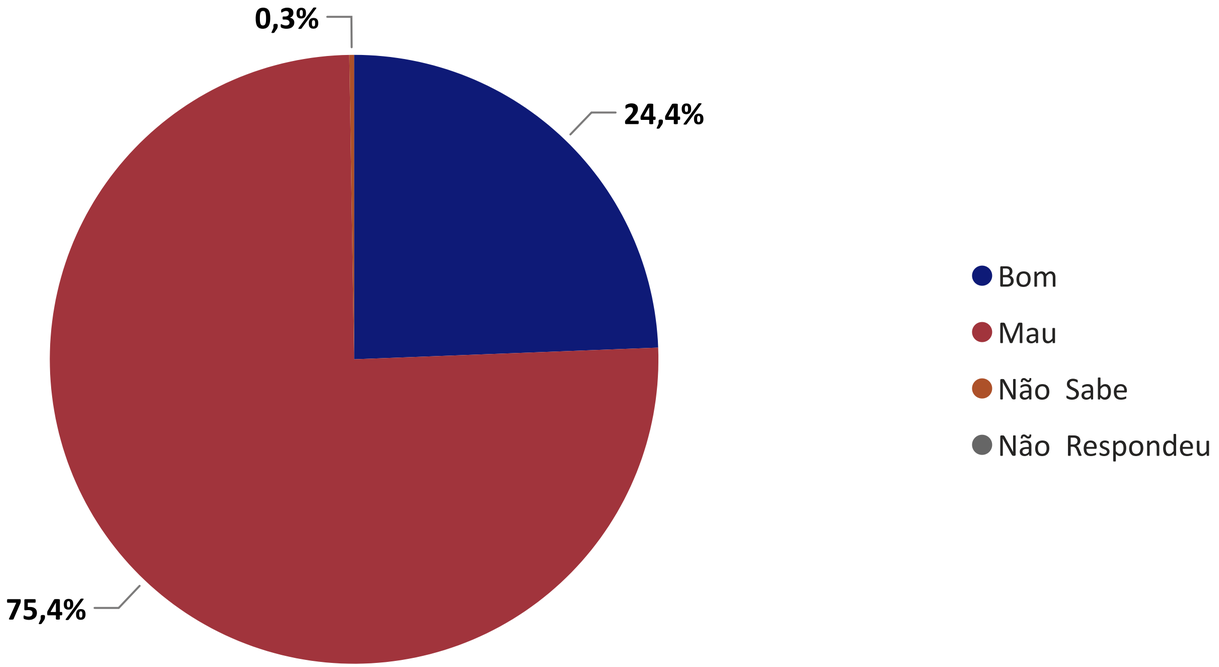
Geral	108,5
Até 10 s.m.	108,8
Mais de 10 s.m.	106,8

Momento para duráveis

Período

10/2026

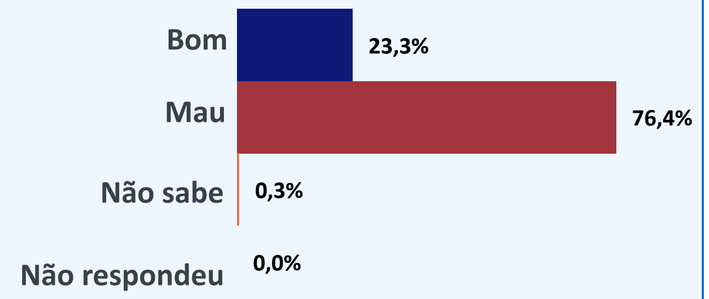
Pensando em bens duráveis para casa, o sr(a). acredita que, em termos gerais, atualmente é um bom ou mau momento para as pessoas comprarem essas mercadorias?



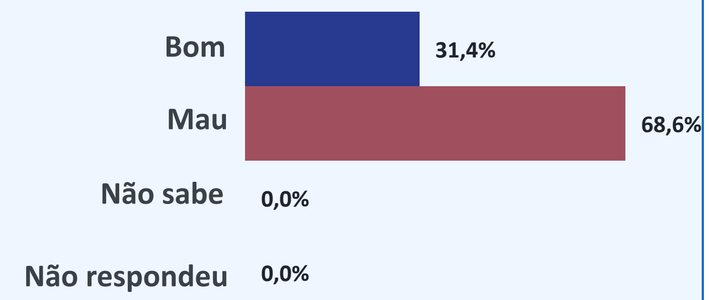
O índice de consumo de bens duráveis assumiu, nesta avaliação, o valor de 49,0 pontos, resultado inferior ao obtido na última análise (51,9). Para o mesmo período de 2025, o resultado foi 5,1 pontos maior.

75,4% 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

Geral	49,0
Até 10 s.m.	46,9
Mais de 10 s.m.	62,8

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

CNC

Fecomércio MG

CNC Sesc Senac

e Sindicatos Empresariais

EQUIPE TÉCNICA

CEDES - Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável

Coordenador: Jorge Rolla

Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenadora de Estudos Econômicos: Gabriela Martins

Analista de Economia: Fernanda Caroline Gonçalves e Henrique Braga

Assistente de Economia: Filipe Souza

Analista de Pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne da Silva, João Vitor dos Santos e Millena Ketley Nunes

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.