

DESENVOLVIMENTO: Emprego e renda aquecem o mercado consumidor em Minas



A renda e a segurança no emprego perdem pontos no primeiro mês do ano, mas seguem acima dos 100 pontos em nível de satisfação.

De acordo com a pesquisa Intenção de Consumo das Famílias (ICF), analisada pelo núcleo de Pesquisa & Inteligência da Fecomércio MG e aplicada pela Confederação Nacional do Comércio (CNC), em Belo Horizonte, o ICF registrou queda de 1,0 ponto em janeiro. O indicador geral foi de 89,4 pontos, abaixo do nível de satisfação que é registrado aos 100 pontos. A renda e a segurança no emprego perdem pontos no primeiro mês do ano, mas seguem acima dos 100 pontos em nível de satisfação.

Apesar da retração do indicador geral do ICF, os indicadores para o consumo cresceram em Belo Horizonte. O indicador do nível de consumo subiu 2,6 pontos em janeiro atingindo 82,0 pontos. A somatória dos que estão comprando igual (25,9%) ou mais (28%), em comparação com mesmo período de 2024, é maior do que o percentual que aponta que a família está comprando menos este ano e que totaliza 46,0%.

A perspectiva de consumo para a população e para a família nos próximos seis meses aumentou 0,5 ponto em relação a dezembro atingindo 105,4 pontos. Para 42,9% o consumo deverá ser igual ao segundo semestre de 2024 e para 31,2% será maior; para 25,8% o consumo será pior nos próximos meses.

O índice do consumo de duráveis de janeiro ficou abaixo de dezembro, aos 63,3 pontos. Era de 64,4 pontos no mês anterior. Para 67,4% dos entrevistados o momento não é bom para o consumo de duráveis.

Já o indicador que mede a segurança quanto ao emprego atual está em nível de satisfação com 109,2 pontos, mas registra queda de 3,9 pontos em relação a dezembro quando chegava a 113,0 e em relação ao mesmo período de 2024 quando era de 123,4 pontos.

Para 49,3% dos entrevistados, o nível de segurança no emprego está como em janeiro de 2024 e outros 27,4% dizem que estão mais seguros atualmente. O indicador mostra que, entre as famílias que ganham acima de 10 salários-mínimos, a segurança no emprego chega aos 126,7 pontos; entre as que ganham menos cai para 106,4 pontos.

O ICF de janeiro mostra que 52,0% dos entrevistados não acreditam que o chefe do domicílio terá melhora profissional nos próximos seis meses. Outros 40,2% acreditam que haverá essa melhora. O indicador da perspectiva profissional caiu 7,8 pontos em relação a dezembro de 2024 reduzido a 88,2 pontos. Famílias com ganhos acima de 10 salários têm índice satisfatório, de 118,2 pontos; as que ganham abaixo da faixa de renda ficam bem abaixo, com 83,5 pontos em relação à perspectiva

de melhora profissional.

A comparação da renda atual com mesmo período de 2024 subiu 0,1 ponto sobre o indicador de dezembro chegando a 95,8 pontos em janeiro. Para 53,5% dos entrevistados a renda atual está igual à de janeiro de 2024 e para 21,1% está melhor; para 25,4% a renda atual está pior neste ano. Famílias com renda acima de 10 salários apresentam satisfação com a renda atual, com 113,5 pontos, enquanto as de renda menor demonstram insatisfação aos 93,0 pontos.

O ICF mostra que o acesso ao crédito subiu 2,1 pontos percentuais de dezembro para janeiro, chegando aos 81,8 pontos. Para os dois grupos de família entrevistados, o acesso ao crédito está em nível de insatisfação.

Gabriela Martins, economista da Fecomércio MG, explica que o mercado de trabalho ainda muito aquecido é um dos fatores que evitam uma retração muito acentuada da intenção de consumo das famílias. “Apesar do mercado de trabalho aquecido, com níveis muito baixos de desemprego, a intenção de consumo das famílias se encontra em um patamar abaixo do nível de satisfação. O custo elevado do crédito, influenciado pelo aumento expressivo da taxa Selic, é um dos principais fatores para influenciar negativamente no consumo, afetando, principalmente, a compra de bens duráveis”, conclui Martins.

Foto: Divulgação

<https://www.jornalpanfletus.com.br/cp3.masterix.inf.br/noticia/6392/desenvolvimento-emprego-e-renda-quecem-o-mercado-consumidor-em-minas>
em 06/04/2026 15:03