

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte – ICCBH

DESTAQUES

ICCBH apresenta sua maior alta desde que começou a ser calculado
4,52%

Confiança dos consumidores com renda entre 2 e 5 salários cresce 11,4%

Confiança em relação à inflação cai 12,18%

69% dos consumidores ainda consideram a inflação atual alta ou muito alta

Confiança nos itens relacionados à Expectativa Financeira cresce 8,8%

Percentual dos que afirmam faltar dinheiro cai de 41% para 30%.

60% dos entrevistados afirmam não possuir nenhuma conta em atraso

O ICCBH é um indicador que tem por finalidade sintetizar a opinião dos consumidores de Belo Horizonte quanto aos aspectos capazes de afetar as suas decisões de consumo atual e futuro. Todos os itens de composição desse indicador, bem como o índice geral, são apresentados na escala [0 – pessimismo total ; 100 – otimismo total].

A Fundação IPEAD-UFMG, em parceria com a FECOMÉRCIO-MG, apurou o ICCBH (Tabela 1 e Gráfico 1) a partir da realização de 1.050 entrevistas junto aos consumidores de Belo Horizonte, entre os dias 3 e 31 de janeiro de 2005.

Tabela 1: ICCBH – Janeiro de 2005

Descrição	Dezembro/04	Janeiro/05
ICC Geral	40,92	42,77
Expectativa Econômica	33,83	32,44
Situação Econômica do País	50,54	48,69
Atual	46,51	44,97
Seis Meses	50,35	48,71
Um Ano	54,77	52,39
Inflação	37,36	32,81
Atual	31,75	27,82
Seis Meses	36,96	32,11
Um Ano	43,37	38,49
Desemprego	20,14	20,51
Atual	12,15	13,72
Seis Meses	19,78	20,18
Um Ano	28,48	27,63
Expectativa Financeira	45,68	49,70
Situação Financeira da Família	47,01	47,95
Atual	40,62	42,10
Seis Meses	46,51	47,49
Um Ano	53,90	54,27
Situação Financeira da Família em relação ao passado	46,56	49,75
Mês anterior	48,50	49,57
Seis meses atrás	46,60	49,69
Um Ano Atrás	44,57	49,98
Pretensão de Compra	55,14	54,38
Pontualidade no Pagamento	57,88	60,64
Disponibilidade de Recursos	33,80	43,20

O Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte apresentou uma alta de 4,52%, encerrando o mês de janeiro com 42,77 pontos. Essa alta foi puxada pelo grupo *Expectativa Financeira* que apresentou um aumento de 8,8%, mostrando significativa melhora na avaliação dos quesitos relacionadas à vida financeira da família (Tabelas 1 e 2). Considerando o início da pesquisa (maio de 2004), o ICCBH já acumula uma alta de 11,49%. Após a estabilidade observada entre novembro e dezembro de 2004, o ICCBH retorna à sua trajetória de crescimento, iniciada em agosto de 2004 (Gráfico 5). Essa tendência do índice indica que, passo a passo, os consumidores da capital mineira mostram-se mais otimista em relação a uma série de fatores capazes de afetar as suas decisões de consumo.

O Gráfico 1 mostra que o item *Desemprego* continua apresentando o menor valor na escala do índice, demonstrando que a percepção dos consumidores em relação a esse item está longe de ser uma percepção otimista, apesar da constante melhora observada desde outubro de 2004 (Gráfico 5). Depois de quatro meses de constantes aumentos, o item *inflação* apresentou uma forte queda (12,18%) em sua avaliação. Enquanto em dezembro, 61% dos entrevistados consideravam a *inflação* atual do país *alta* ou *muito alta*, em janeiro esse percentual subiu para 69%. Esse resultado é reflexo das divulgações sobre a inflação de 2004 na cidade de Belo Horizonte, que apresentou segundo o IBGE e a FGV um dos maiores índices do país. Além disso, o IPCA da Fundação IPEAD referente a dezembro de 2004 e publicado na primeira semana de janeiro de 2005, apresentou o maior índice daquele ano. Adicionalmente, os conhecidos aumentos sazonais nessa época do ano (IPVA, IPTU, mensalidade escolar, material escolar) deixam certamente uma sensação de aumento generalizado de preços, contribuindo desse modo para uma visão mais pessimista em relação à inflação.

Através do Gráfico 2, observa-se aumento significativo no nível de confiança dos consumidores nas três primeiras faixas de renda. A classe de 2 a 5 salários apresentou a maior alta (11,4%).

No grupo *Expectativa Financeira*, destaque para o item *Disponibilidade de Recursos* que apresentou alta de 27,81%. Enquanto que em dezembro 40,57% dos entrevistados diziam que faltaria dinheiro, em janeiro esse percentual caiu para 30,10%. Nesse grupo, outro resultado importante é referente ao item *Situação Financeira Atual da Família*. Verificou-se que em dezembro, 49,14% dos consumidores avaliaram esse item como *péssimo* ou *ruim*, enquanto que em janeiro, esse percentual foi de 44,10%.

Em relação à *Pretensão de Compras*, o Gráfico 4 mostra que automóvel (14,8%) continua liderando a intenção dos consumidores, seguido por moradia (13,2%), computador (8,6%) e móveis (8,0%). O percentual de consumidores que não possuem contas atrasadas subiu de 56,67% para 60,00%, sendo que os maiores percentuais de contas em atraso continuam sendo referentes à energia elétrica (34,23%), água (30,56%) e telefone fixo (25,92%).

Gráfico 1: ICCBH segundo subgrupos

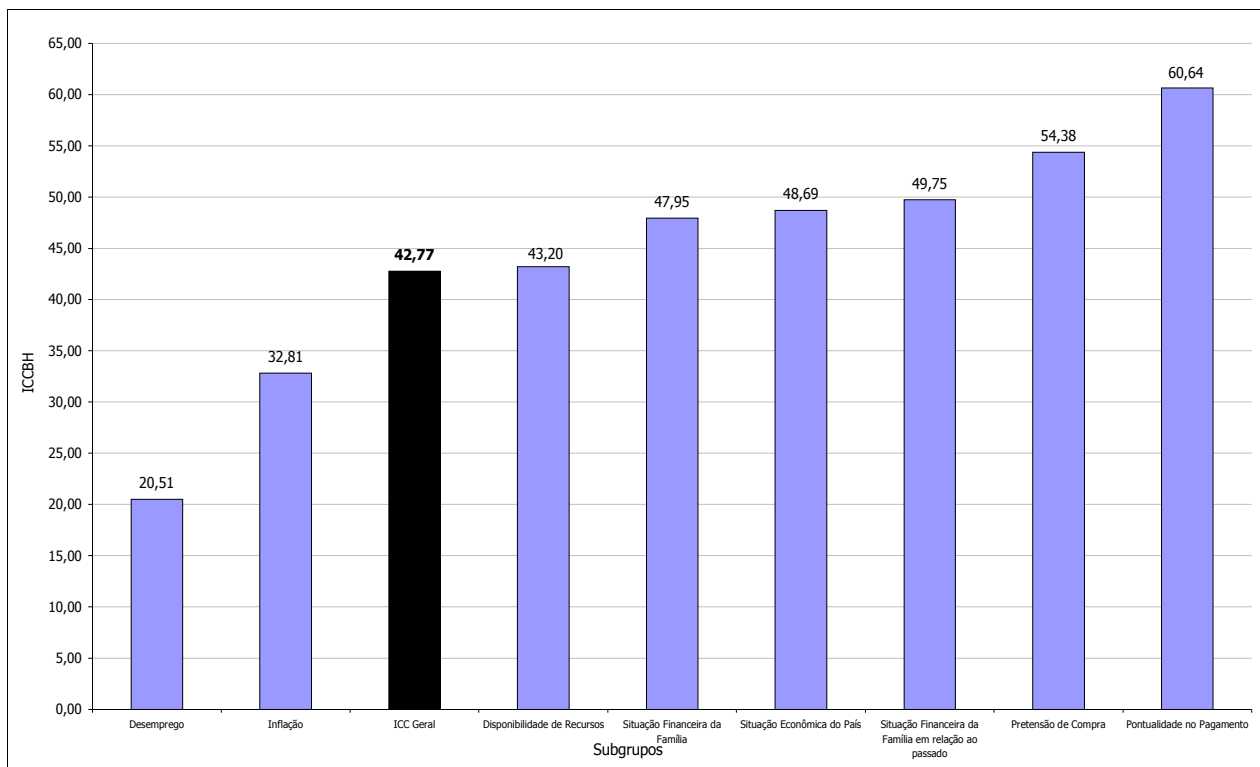
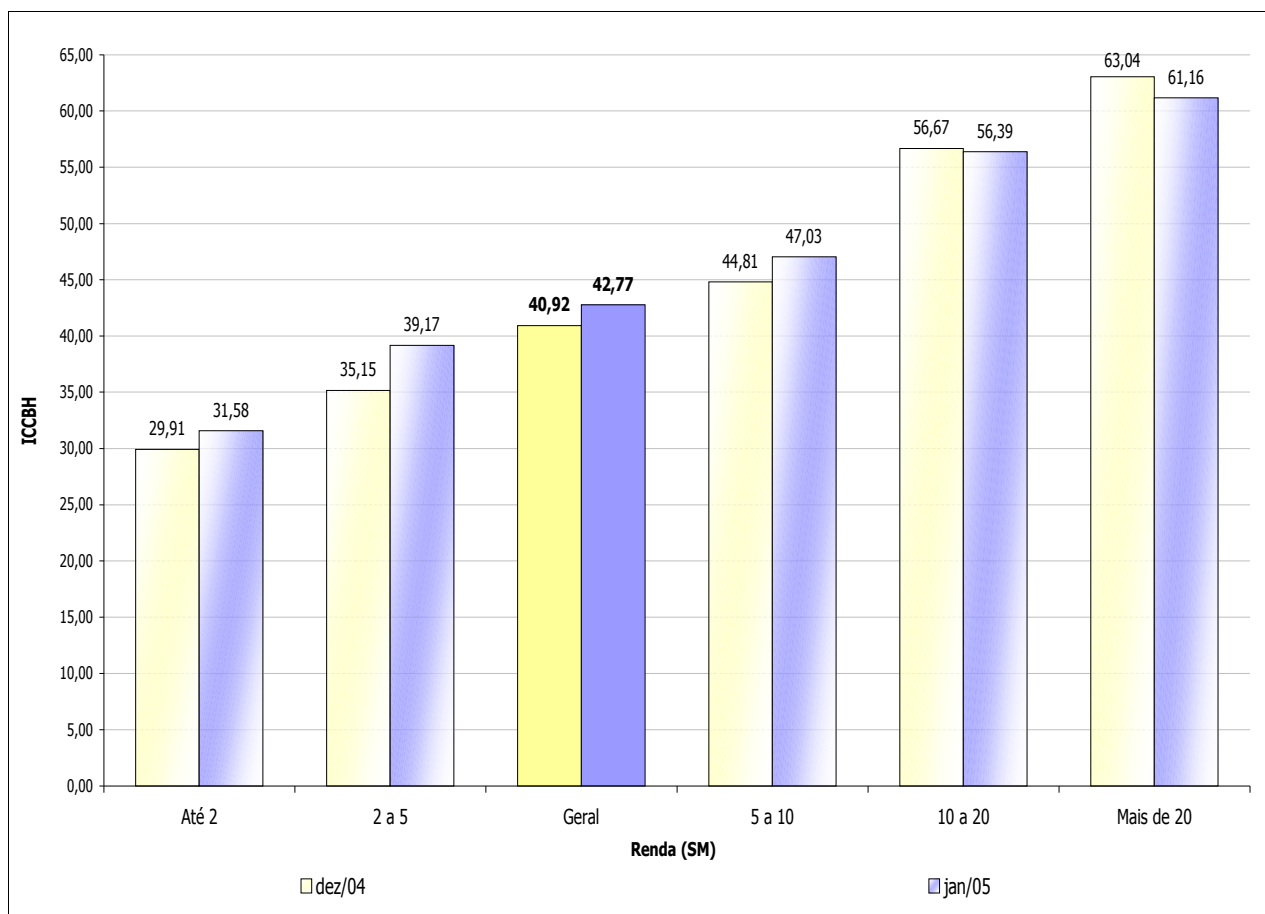


Gráfico 2: ICCBH segundo renda familiar (em salários mínimo)

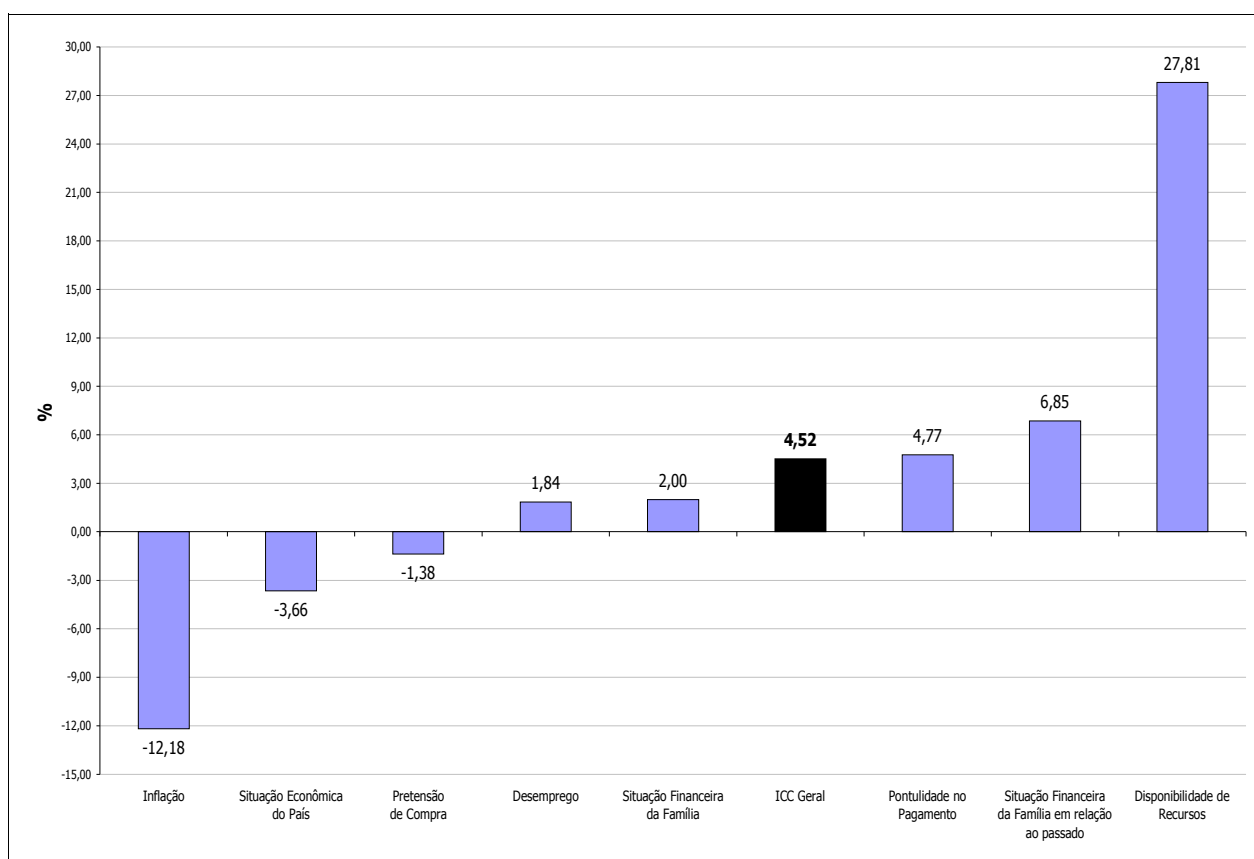


ICCBH – Índice de Base Fixa

Tabela 2: Evolução do ICCBH

Índice de Confiança do Consumidor – ICC	Base Fixa Maio/04=100	Variação do ICC (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC Geral	111,49	4,52	-	-
Expectativa Econômica	140,18	-4,11	-	-
Situação Econômica do País	155,16	-3,66	-	-
Inflação	101,34	-12,18	-	-
Desemprego	157,42	1,84	-	-
Expectativa Financeira	102,33	8,80	-	-
Situação Financeira da Família	96,41	2,00	-	-
Situação Financeira da Família em relação ao passado	112,31	6,85	-	-
Pretensão de Compra	96,45	-1,38	-	-
Pontualidade no Pagamento	97,96	4,77	-	-
Disponibilidade de Recursos	108,25	27,81	-	-

Gráfico 3: Variações do ICCBH e de seus componentes (Janeiro de 2005/Dezembro de 2004)



ICCBH – Pretensão de Compra

Tabela 3: ICCBH – Hierarquização da pretensão de compra

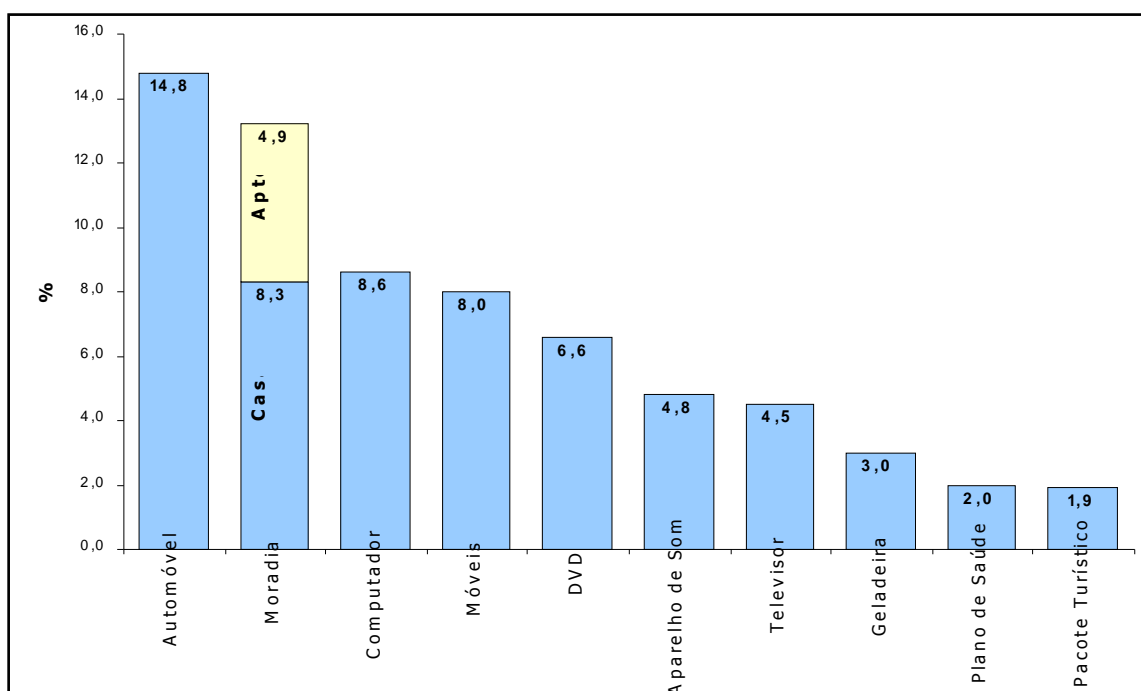
Descrição	Janeiro/05		
	Nº de Respostas	% ¹	Tempo ² (em meses)
Automóvel	155	14,8	6
Computador	90	8,6	6
Casa	87	8,3	Acima de 6
Móveis	84	8	5
DVD	69	6,6	5
Apartamento	51	4,9	Acima de 6
Aparelho de Som	50	4,8	5
Televisor	47	4,5	5
Geladeira	32	3	6
Plano de Saúde	21	2	6
Pacote Turístico	20	1,9	5
Máquina de Lavar	19	1,8	6
Motocicleta	17	1,6	5
Telefone Celular	16	1,5	2
Fogão	15	1,4	4
Lote	15	1,4	6
Assinatura de Internet	14	1,3	4
Sítio	14	1,3	Acima de 6
Loja	8	0,8	Acima de 6
Assinatura de TV a Cabo	5	0,5	4
Freezer	5	0,5	5
Microondas	5	0,5	4
Sala	5	0,5	4
Assinatura de Revistas	3	0,3	2
Cota de Clube	3	0,3	5
Assinatura de Jornais	2	0,2	4
Secadora de Roupas	2	0,2	6
Aparelho de Ar Condicionado	1	0,1	Acima de 6
Lava Louça	1	0,1	6
Seguro de Vida	1	0,1	Acima de 6
Seguro Residencial	1	0,1	3

¹ Percentual em relação ao total de entrevistados

² Tempo médio, em meses, previsto para compra

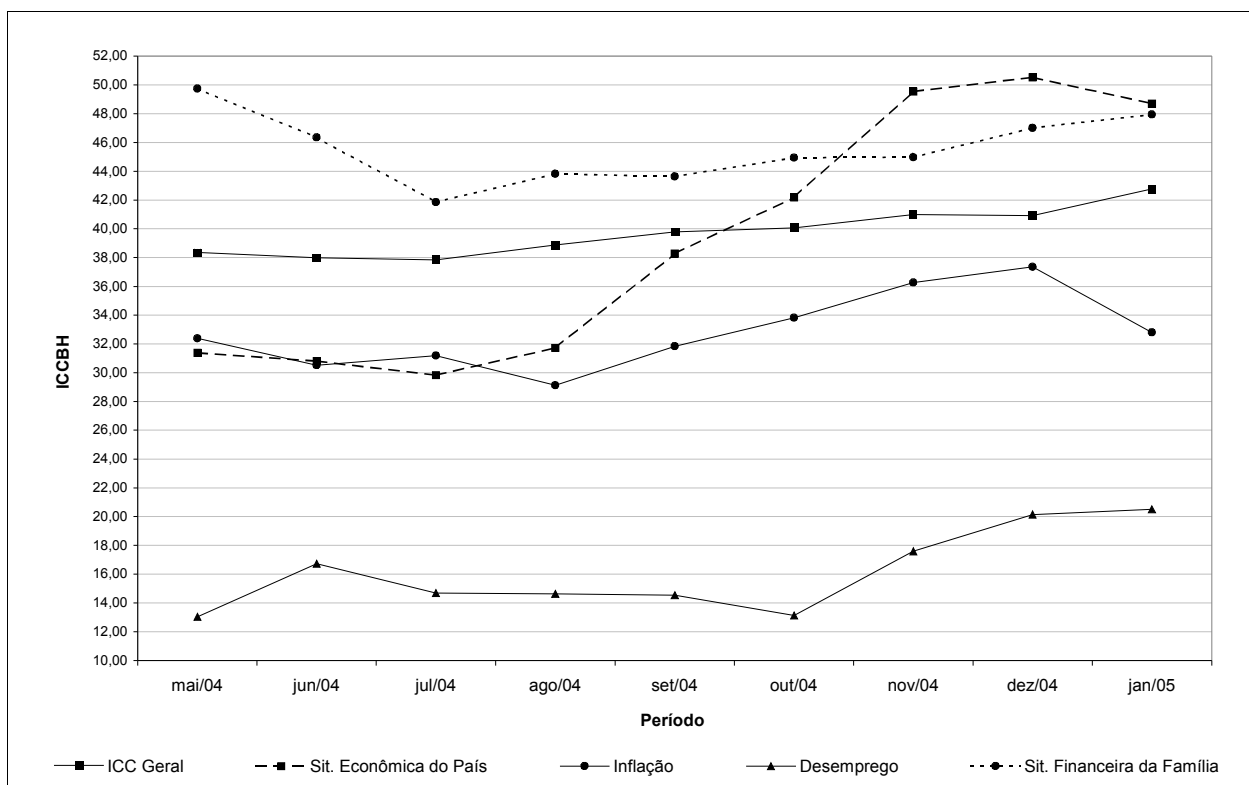
ICCBH – As 10 maiores pretensões de compra

Gráfico 4: ICCBH – Itens pretendidos para compra



Evolução do ICCBH e alguns de seus componentes

Gráfico 5: ICCBH – Evolução

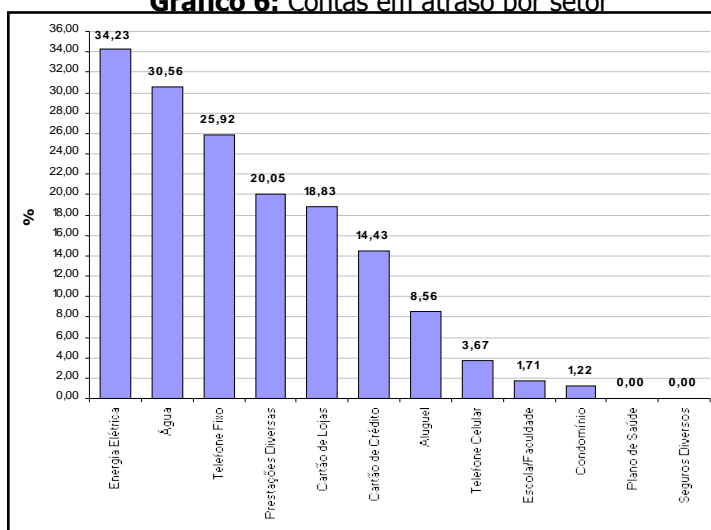


Contas em Atraso

Tabela 4: Percentual de contas em atraso

Descrição	Casos	%
Energia Elétrica	140	34,23
Água	125	30,56
Telefone Fixo	106	25,92
Prestações Diversas	82	20,05
Cartão de Lojas	77	18,83
Cartão de Crédito	59	14,43
Aluguel	35	8,56
Telefone Celular	15	3,67
Escola/Faculdade	7	1,71
Condomínio	5	1,22
Plano de Saúde	0	0,00
Seguros Diversos	0	0,00

Gráfico 6: Contas em atraso por setor



Expediente

**Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas,
Administrativas e Contábeis de Minas Gerais**

Rua Curitiba, 832, 12º andar – Centro – Belo Horizonte – MG
CEP: 30170-120 - Tel.: (0xx31) 3279-9110 - Fax: (0xx31) 3279-9140
Home-Page: www.ipead.face.ufmg.br
E-mail: ipead@ipead.face.ufmg.br

Presidente: Clélio Campolina Diniz
Diretor: Antônio Carlos Ferreira Carvalho
Diretor Adjunto: Wanderley Ramalho

Editores: Reginaldo Wemerson Alves
Wanderley Ramalho

**Federação do Comércio do
Estado de Minas Gerais**

Rua Curitiba, 561, Centro – Belo Horizonte – MG
CEP: 30170-120 - Tel.: (0xx31) 3270-3322 - Fax: (0xx31) 3270-3337

Home-Page: www.fecomerciomg.org.br
E-mail: pesquisa@fecomerciomg.org.br

Presidente: Renato Rossi