

ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE BELO HORIZONTE – ICCBH

DESTAQUES

ICCBH atingiu 48,44 pontos, o maior patamar desde a implantação da pesquisa

Avaliação do item *Inflação* caiu 5,22% em relação a Janeiro/06

Retração do ICCBH somente entre os consumidores com renda superior a 20 salários

O ICCBH para o gênero feminino apresentou melhoria

Crescimento do ICCBH entre os consumidores de todos os níveis de escolaridade

Pretensão de Compras acumulou crescimento de 50,75% nos últimos 12 meses

Avaliação do item *Disponibilidade de Recursos* elevou-se 9,89% no mês

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 600 entrevistas junto aos consumidores de Belo Horizonte, no mês de Fevereiro de 2006.

Tabela 1: ICCBH – Fevereiro de 2006

Descrição	Janeiro/06	Fevereiro/06
ICC Geral	47,23	48,44
Expectativa Econômica	32,99	32,89
Situação Econômica do País	38,83	38,75
Atual	32,50	31,50
Seis Meses	39,84	39,08
Um Ano	44,14	45,65
Inflação	37,77	35,80
Atual	34,75	31,21
Seis Meses	37,73	36,18
Um Ano	40,84	40,02
Desemprego	26,61	27,34
Atual	17,86	18,33
Seis Meses	27,88	29,25
Um Ano	34,09	34,43
Expectativa Financeira	56,78	58,86
Situação Financeira da Família	60,63	62,18
Atual	53,29	53,42
Seis Meses	61,89	63,75
Um Ano	66,69	69,37
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	53,73	55,41
Atual	50,96	52,21
Seis Meses	54,52	55,50
Um Ano	55,73	58,51
Pretensão de Compra	78,33	83,71
Pontualidade no Pagamento	66,67	64,92
Disponibilidade de Recursos	43,29	47,57

ICCBH - ANÁLISE

O Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte alcançou a marca dos 48,44 pontos em Fevereiro/06, atingindo o mais alto nível desde a implantação da pesquisa em Maio/04. Neste mês, contabilizou-se uma elevação de 2,56%, acumulando uma variação de 6,16% nos últimos 12 meses.

O grupo *Expectativa Econômica* mostrou-se em queda (-0,30% no mês), influenciada, principalmente, pela retração de 5,22% na avaliação do item *Inflação*. O percentual de consumidores que consideraram a *Inflação Atual do País* “muito alta ou alta” aumentou 4,65% no mês. A avaliação do item *Situação Econômica do País* retrocedeu em relação à Janeiro/06 (-0,21%). A avaliação do item *Desemprego* apresentou melhoria de 2,74% em comparação com o mês anterior, atingindo o maior patamar desde Maio/04. Houve queda de 2,28% no percentual dos consumidores que avaliaram o *Desemprego Atual no País* como sendo “muito alto ou alto”.

A avaliação do grupo *Expectativa Financeira* apontou um crescimento de 3,66% no mês. Houve melhoria na avaliação do item *Situação Financeira da Família* (2,56% no mês), sendo que o percentual de consumidores que julgaram a *Situação Financeira Atual da Família* “boa ou ótima” cresceu 10,50%. Verificou-se, ainda, um aumento de 23,21% no percentual de consumidores que consideraram a *Situação Financeira da Família Hoje* “muito melhor ou melhor” que no *Mês Passado*.

Ao contrário do ocorrido no mês de Janeiro/06, *Disponibilidade de Recursos* foi o item que apresentou maior elevação na sua avaliação (9,89%). Comparando-se ao mês passado, o percentual de consumidores que disseram que sobrarão dinheiro no próximo mês subiu de 13,50% para 18,50%.

De acordo com a renda familiar (Gráfico 3), verificou-se crescimento do índice em todas as classes de renda, exceto nas famílias com mais de 20 salários mínimos (-6,63% no mês). Observou-se, ainda, que somente as famílias com renda superior a 10 salários mínimos registraram ICCBH ultrapassando a barreira entre o pessimismo/otimismo (50 pontos).

Comparando-se a Janeiro/06 e estratificando-se o ICCBH em relação ao gênero dos consumidores, percebeu-se queda de 1,64% no índice referente aos homens. Em contrapartida, houve elevação de 6,74% no ICCBH referente às mulheres, mas ainda assim, o índice do gênero masculino superou o do gênero oposto (Gráfico 4).

Analisando-se o ICCBH segundo a faixa etária, constatou-se otimismo somente para os consumidores cuja faixa etária supera os 64 anos (Gráfico 5). Retração no ICCBH foi observada somente entre os consumidores com idade entre 55 e 64 anos (-9,19 no mês).

Em comparação à Janeiro/06, observou-se elevação do ICCBH em todos os níveis de escolaridade dos consumidores entrevistados, focando principalmente o crescimento de 24,56% no índice dos consumidores com ensino primário (Gráfico 6). Somente o índice dos consumidores com ensino superior ultrapassou a fronteira entre pessimismo e otimismo.

O item *Pretensão de Compras* apresentou melhoria na sua avaliação, variando 6,87%, quando comparado ao mês anterior. Contabilizou-se um crescimento acumulado de 50,75% nos últimos 12 meses. A Tabela 3 expõe a hierarquização dos bens/serviços que os consumidores afirmaram que pretendem adquirir, focando no Gráfico 9, os 10 itens mais citados. *Automóvel* (25,17%), *Moradia* com 20,00% (*casa*: 12,00% e *apartamento*: 8,00%), *Computador* (14,50%) e *DVD* (9,17%) lideraram o *ranking* da *Pretensão de Compras*.

O item *Pontualidade no Pagamento* apresentou queda de 2,62% na sua avaliação, comparado ao mês anterior. Houve elevação expressiva dos percentuais de atraso no pagamento das contas de *Água* (15,90% para 24,04%) e *Energia Elétrica* (28,21% para 31,25%). Ocorreu diminuição significativa nos percentuais de atraso no pagamento de *Condomínio* (5,13% para 0,96%), *Cartão de Lojas* (17,95% para 12,02%) e *Prestações Diversas* (22,05% para 14,90%). Na Tabela 4 e Gráfico 10, é possível observar a lista completa das contas ditas em atraso.

Gráfico 1: ICCBH segundo subgrupos

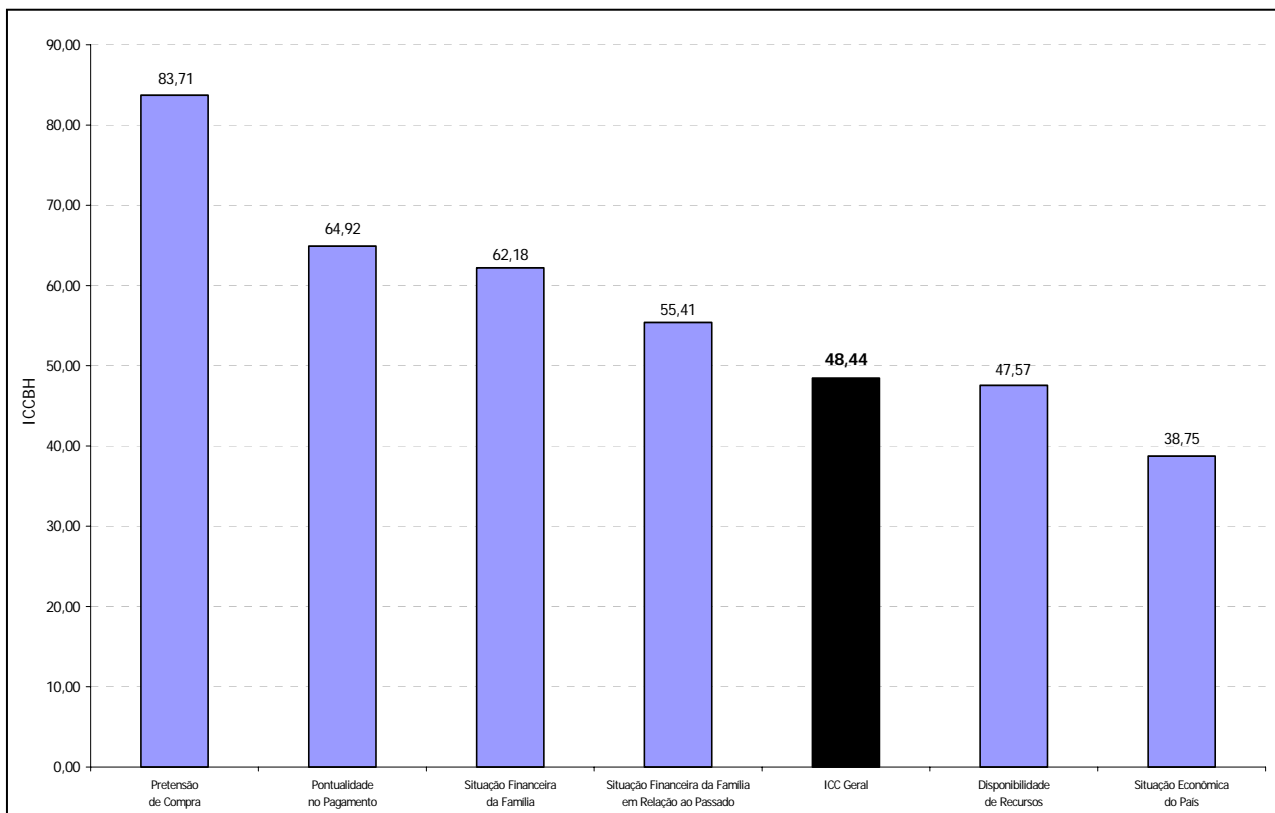


Gráfico 2: Variações do ICCBH e de seus componentes (Fevereiro 06/ Janeiro 06)

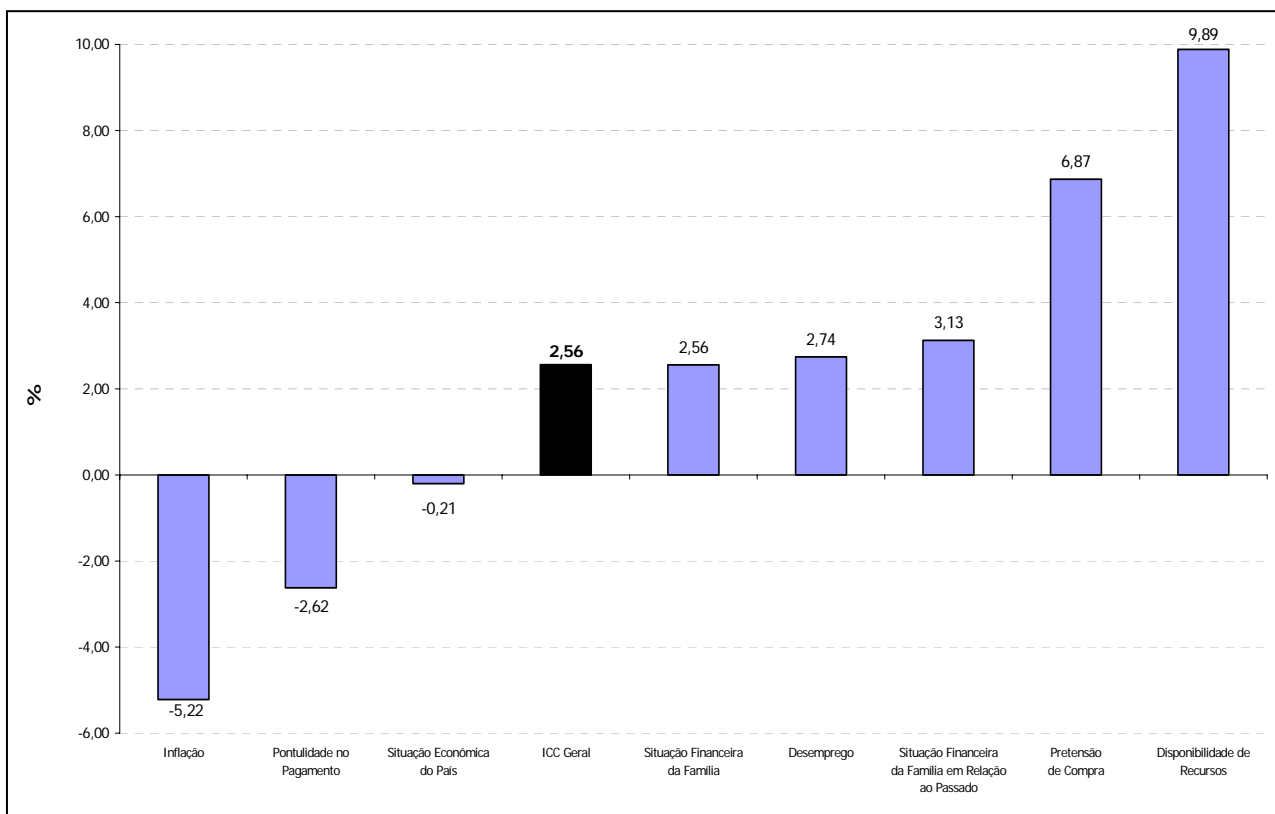


Gráfico 3: ICCBH segundo Renda Familiar (em salários mínimos)

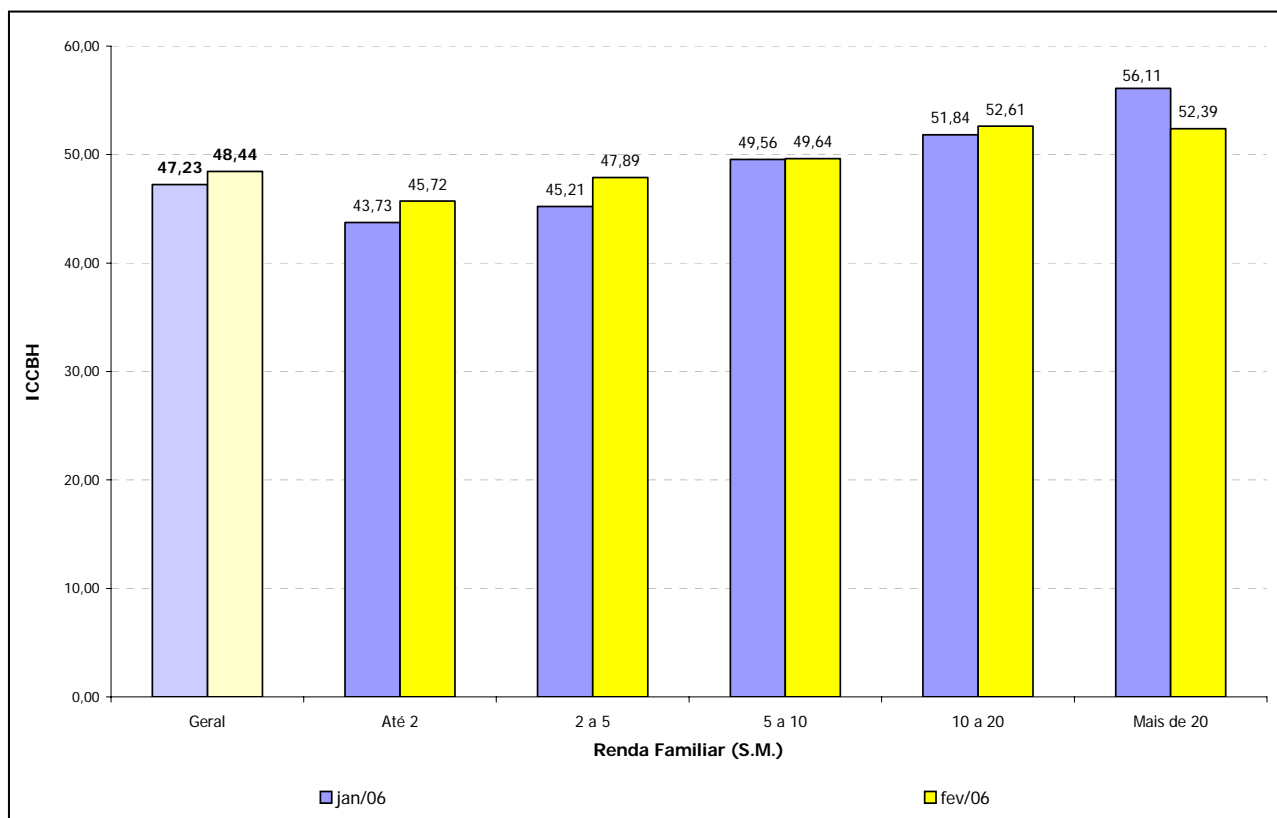


Gráfico 4: ICCBH segundo Gênero

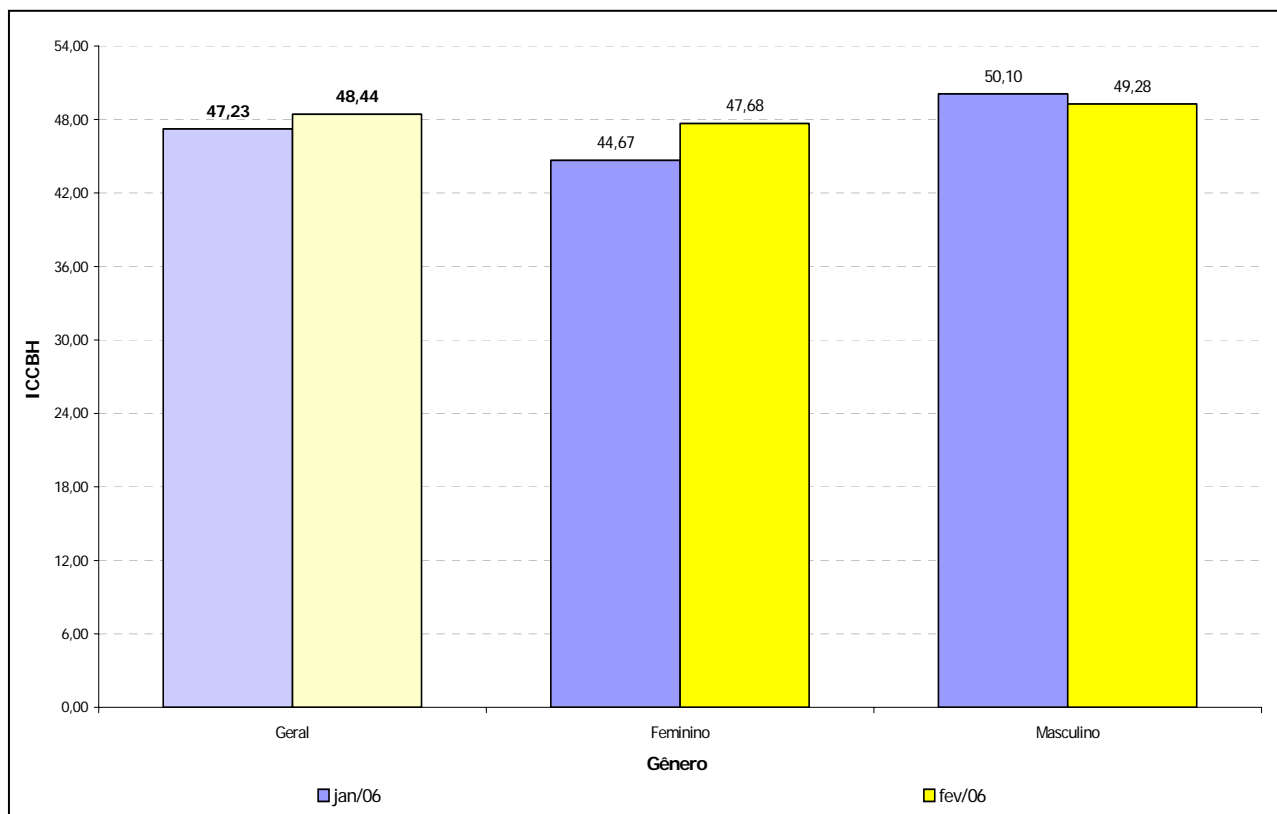


Gráfico 5: ICCBH segundo Faixa Etária

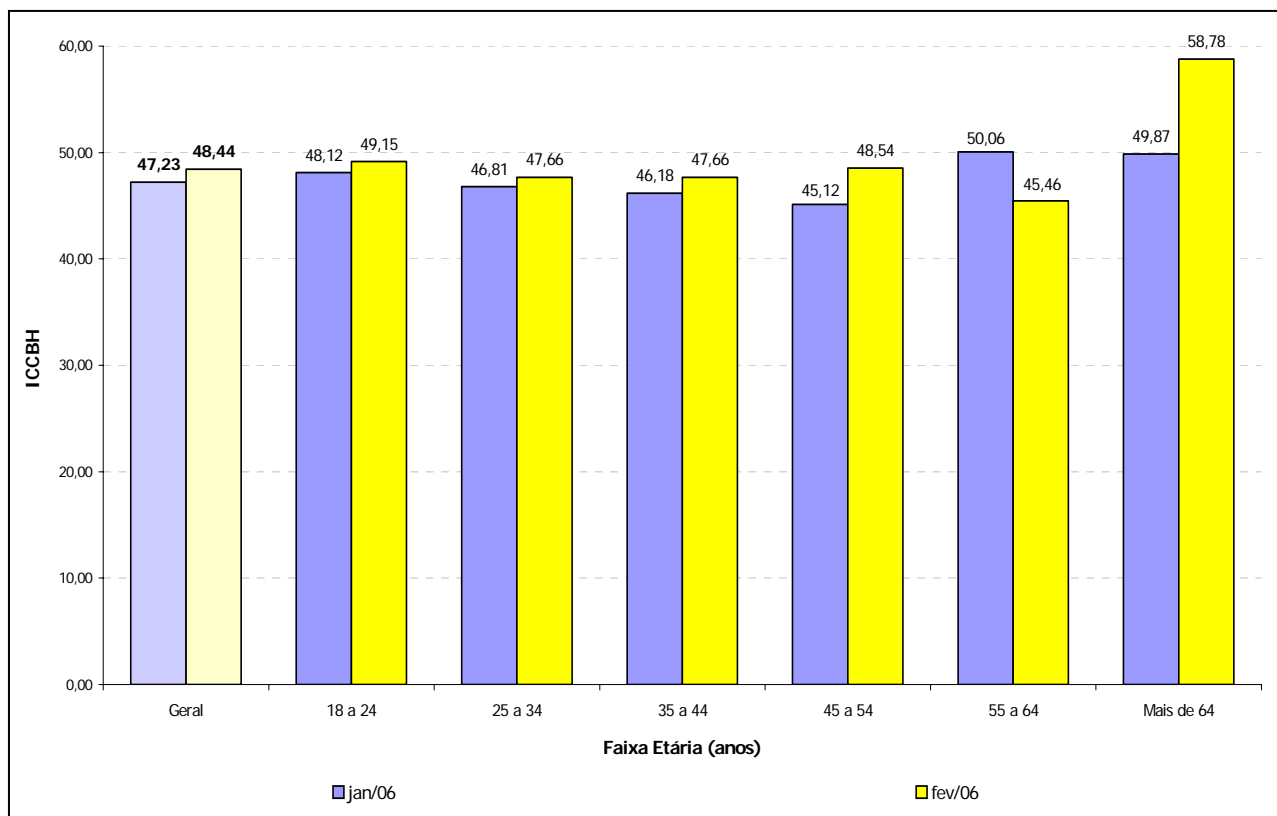
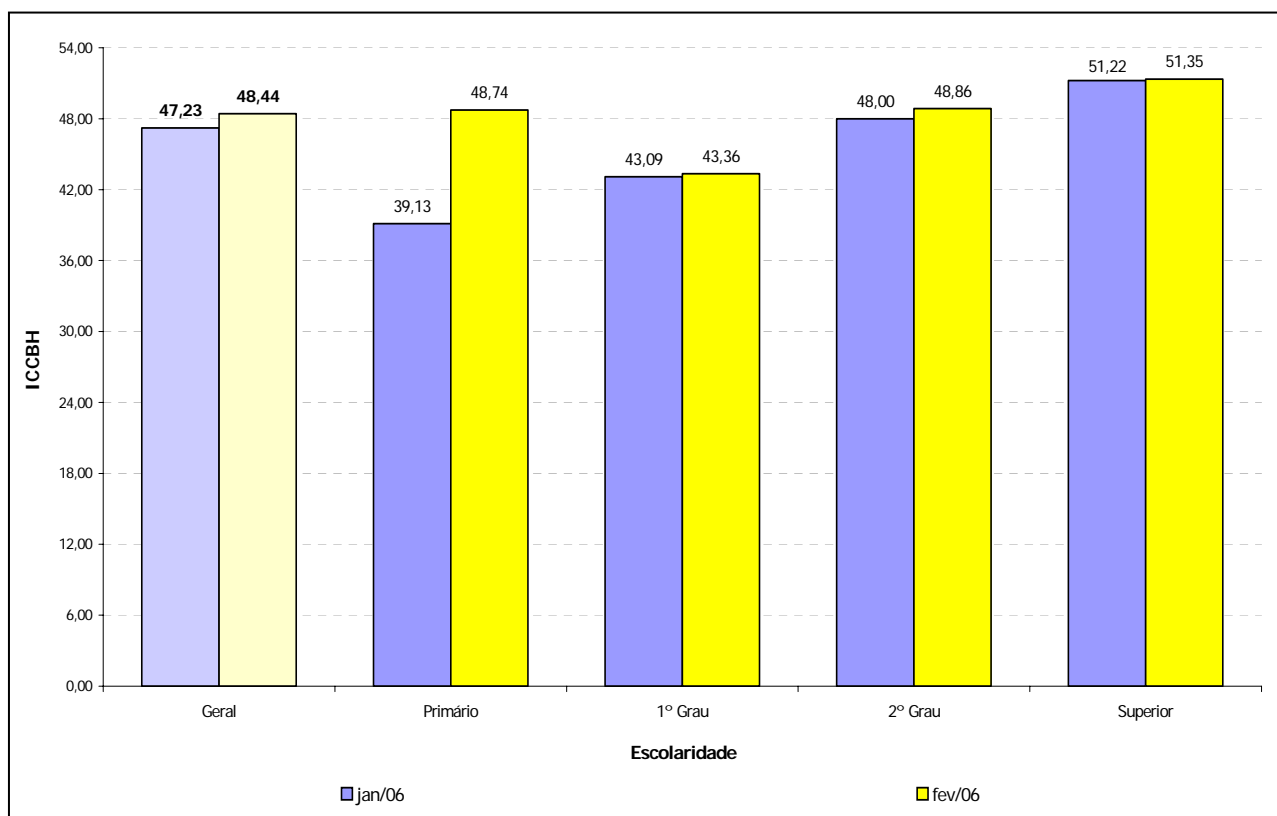


Gráfico 6: ICCBH segundo Escolaridade



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	126,27	2,56	0,48	6,16
Expectativa Econômica	142,12	-0,30	-0,21	4,18
Situação Econômica do País	123,48	-0,21	-0,05	-5,88
Atual	130,10	-3,08	-1,32	-10,26
Seis Meses	123,83	-1,91	-0,86	-2,54
Um Ano	118,97	3,42	1,51	-5,51
Inflação	110,57	-5,22	-3,11	5,20
Atual	117,29	-10,19	-5,77	6,52
Seis Meses	111,22	-4,11	-4,06	7,90
Um Ano	105,35	-2,01	0,00	1,88
Desemprego	209,84	2,74	1,41	16,34
Atual	449,96	2,63	1,38	21,15
Seis Meses	222,53	4,91	2,49	27,79
Um Ano	157,44	1,00	0,53	6,04
Expectativa Financeira	121,19	3,66	0,72	6,90
Situação Financeira da Família	125,02	2,56	-0,02	6,78
Atual	124,92	0,24	-1,67	6,44
Seis Meses	126,68	3,01	0,25	10,39
Um Ano	123,61	4,02	1,03	3,93
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	125,09	3,13	-2,09	1,63
Atual	116,45	2,45	-3,90	1,18
Seis Meses	125,57	1,80	-1,70	0,63
Um Ano	133,41	4,99	-0,78	3,01
Pretensão de Compra	148,47	6,87	5,73	50,75
Pontualidade no Pagamento	104,87	-2,62	0,37	3,64
Disponibilidade de Recursos	119,20	9,89	1,82	-0,38

EVOLUÇÃO DO ICCBH E DE ALGUNS DE SEUS COMPONENTES

Gráfico 7: ICCBH – Evolução

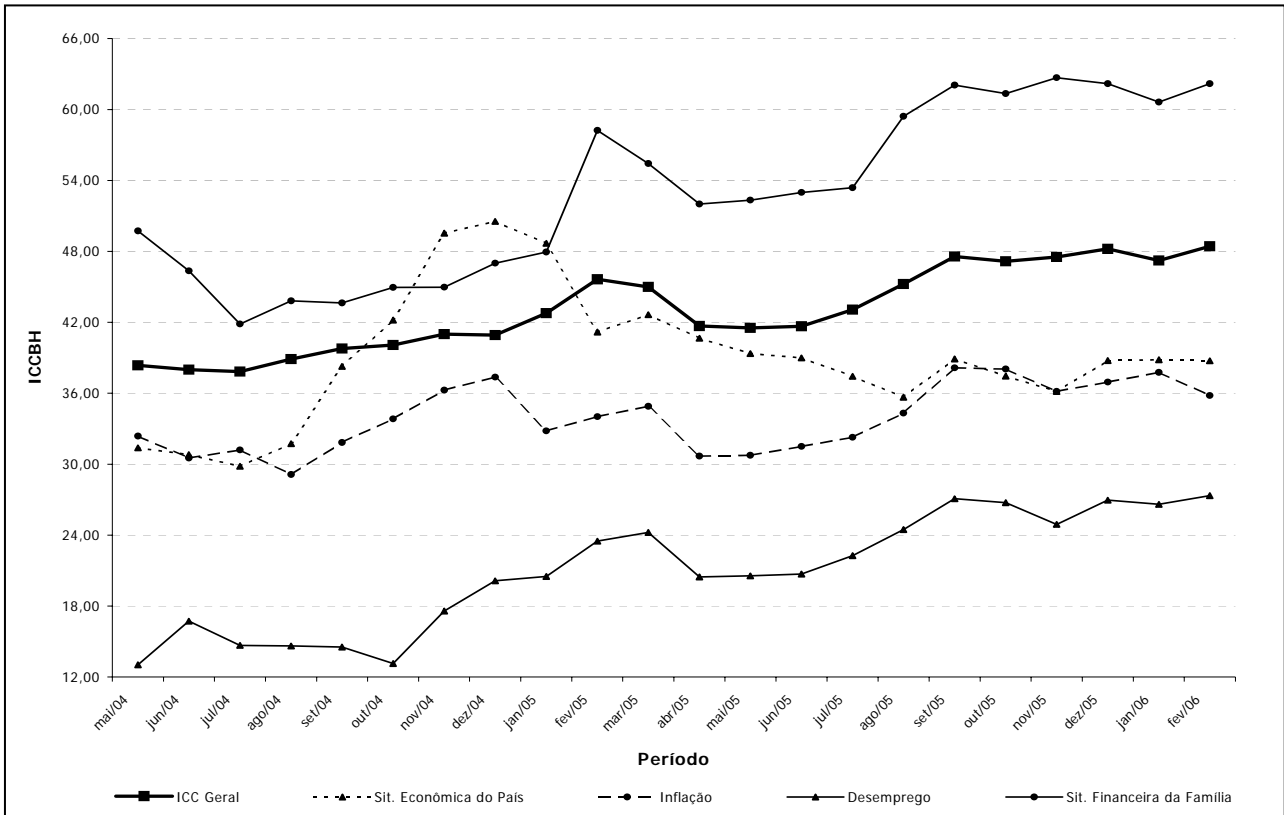
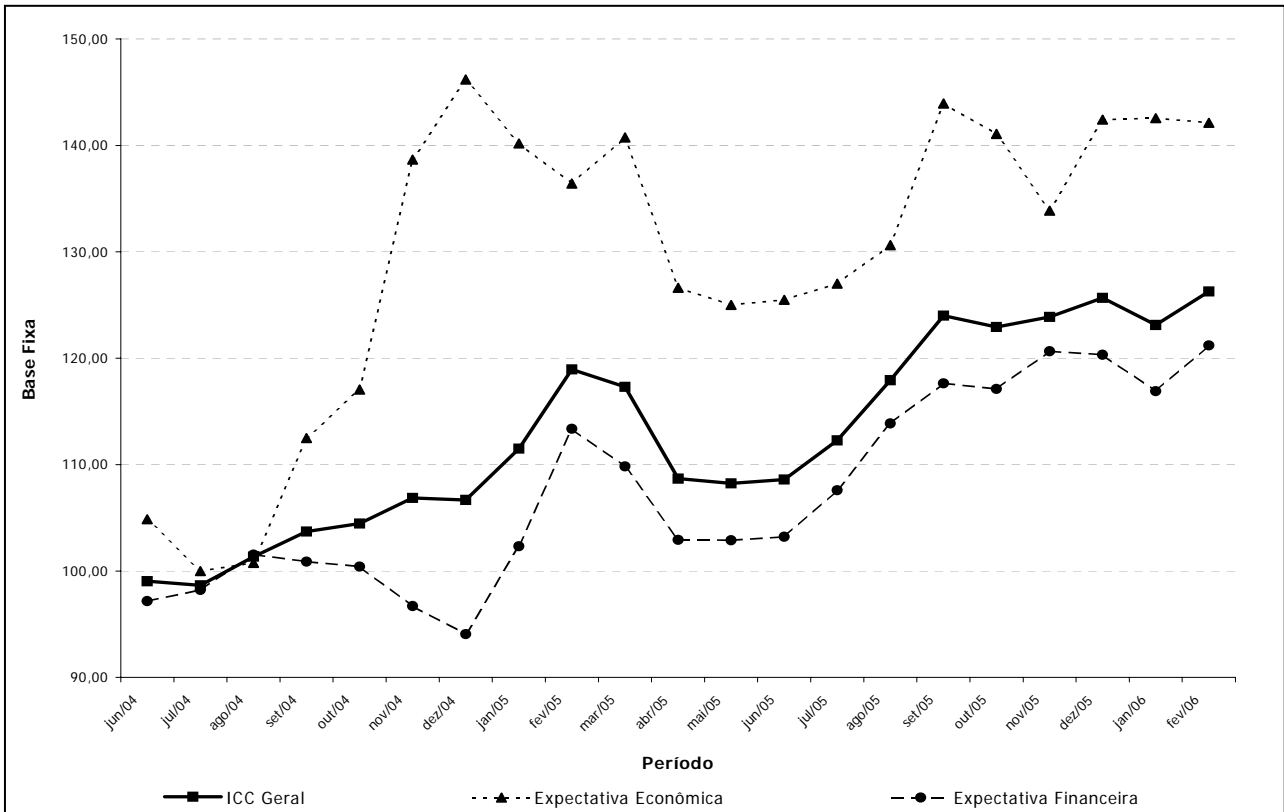


Gráfico 8: ICCBH – Evolução na Base Fixa (maio/04=100)



ICCBH – PRETENSÃO DE COMPRA

Tabela 3: ICCBH – Hierarquização da pretensão de compra

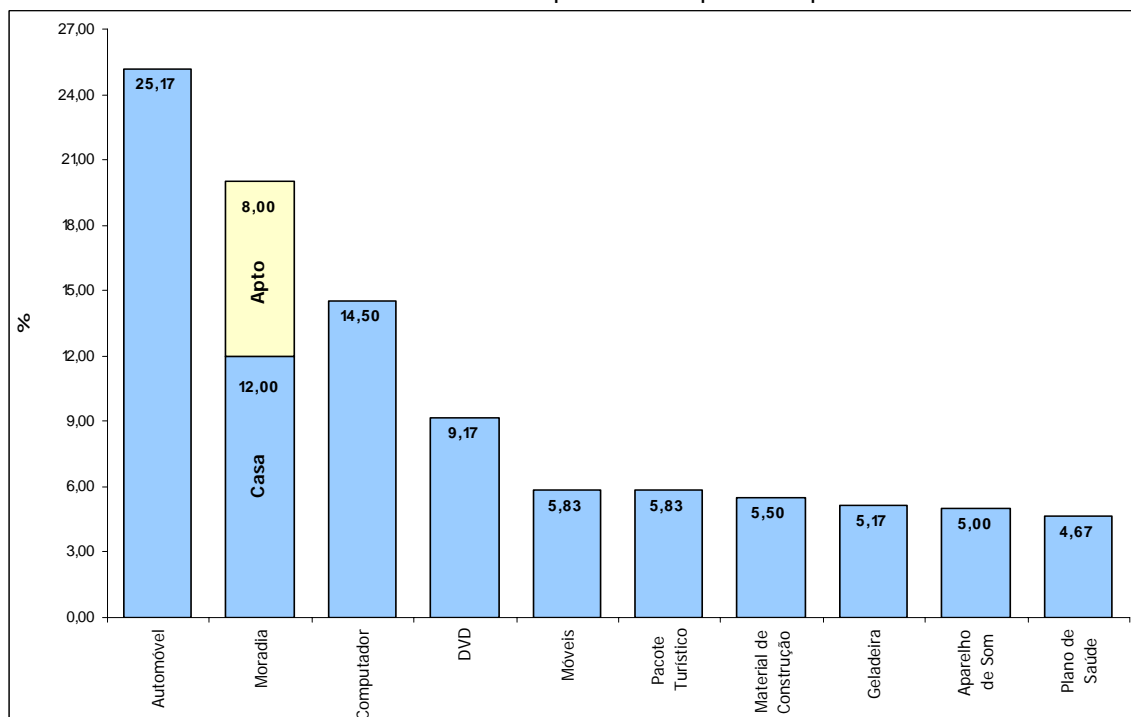
Descrição	Fevereiro/06		
	Nº de Respostas	% ¹	Tempo ² (em meses)
Automóvel	151	25,17	6
Moradia	120	20,00	Acima de 6
<i>Casa</i>	72	12,00	Acima de 6
<i>Apartamento</i>	48	8,00	Acima de 6
Computador	87	14,50	5
DVD	55	9,17	5
Móveis	35	5,83	6
Pacote Turístico	35	5,83	6
Material de Construção	33	5,50	6
Geladeira	31	5,17	6
Aparelho de Som	30	5,00	5
Plano de Saúde	28	4,67	5
Televisor	26	4,33	5
Máquina de Lavar	20	3,33	5
Sítio	20	3,33	Acima de 6
Assinatura de Internet	17	2,83	5
Assinatura de TV a Cabo	17	2,83	5
Lote	17	2,83	6
Motocicleta	16	2,67	6
Fogão	15	2,50	5
Microondas	15	2,50	5
Telefone Celular	12	2,00	4
Cota de Clube	8	1,33	5
Seguro de Vida	7	1,17	6
Aparelho de Ar Condicionado	6	1,00	6
Freezer	6	1,00	6
Assinatura de Revistas	4	0,67	6
Lava Louça	3	0,50	4
Loja	3	0,50	Acima de 6
Seguro Residencial	3	0,50	5
Assinatura de Jornais	2	0,33	6
Secadora de Roupas	2	0,33	Acima de 6
Sala	1	0,17	6

¹ Percentual em relação ao total de entrevistados

² Tempo médio, em meses, previsto para compra

ICCBH – AS 10 MAIORES PRETENSÕES DE COMPRA

Gráfico 9: ICCBH – Itens pretendidos para compra



CONTAS EM ATRASO

Tabela 4 e Gráfico 10: Contas em atraso

Descrição	Casos	%
Energia Elétrica	65	31,25
Telefone Fixo	62	29,81
Água	50	24,04
Cartão de Crédito	47	22,60
Prestação	31	14,90
Cartão de Lojas	25	12,02
Aluguel	15	7,21
Telefone Celular	13	6,25
Escola/Faculdade	7	3,37
Plano de Saúde	5	2,40
Condomínio	2	0,96
Seguro Diversos	2	0,96

Base de respostas : 208 consumidores que estão em atraso com alguma conta

EXPEDIENTE

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

IPEAD Sede: Rua Curitiba, 832, 12º andar – Centro – Belo Horizonte – MG
CEP: 30.170-120 - Tel.: (0xx31) 3279-9110 - Fax: (0xx31) 3279-9140
IPEAD Centro: Rua Rio de Janeiro 441, 6º andar – Centro – Belo Horizonte – MG
CEP: 30.160-041 - Tel.: (0xx31) 2125-0800 - Fax: (0xx31) 2125-0820

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: Alexandre Moisés de Sena
Eduardo Eustáquio Antunes
Juliana Aparecida Ribeiro
Wanderley Ramalho

Federação do Comércio do Estado de Minas Gerais

Rua Curitiba, 561, Centro – Belo Horizonte – MG
CEP: 30.170-120 - Tel.: (0xx31) 3270-3322 - Fax: (0xx31) 3270-3337

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

Presidente: Renato Rossi
Superintendente: Sebastião Antônio dos Reis e Silva
Departamento de Economia: Silvânia de Araújo