

## Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte – ICCBH

### DESTAQUES

ICCBH apresentou sua primeira retração no ano: 1,38%

Avaliação da Situação Econômica do País subiu 3,59%

Avaliação sobre Desemprego tem a quinta alta consecutiva

Alta de 2,43% no item Pretensão de Compras

Sobe em 11,41% o percentual de consumidores que afirmaram que faltará dinheiro

Aluguel: percentual de consumidores em atraso cresce 35,73%, fechando o mês em 7,37%

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, no mês de março de 2005.

**Tabela 1:** ICCBH – Março de 2005

Descrição	Fevereiro/05	Março/05
<b>ICC Geral</b>	<b>45,63</b>	<b>45,00</b>
<b>Expectativa Econômica</b>	<b>31,57</b>	<b>32,57</b>
<b>Situação Econômica do País</b>	<b>41,17</b>	<b>42,65</b>
Atual	35,10	37,54
Seis Meses	40,10	41,60
Um Ano	48,31	48,81
<b>Inflação</b>	<b>34,03</b>	<b>34,89</b>
Atual	29,30	30,32
Seis Meses	33,53	34,53
Um Ano	39,28	39,83
<b>Desemprego</b>	<b>23,50</b>	<b>24,22</b>
Atual	15,13	16,10
Seis Meses	22,89	24,08
Um Ano	32,47	32,46
<b>Expectativa Financeira</b>	<b>55,06</b>	<b>53,34</b>
<b>Situação Financeira da Família</b>	<b>58,23</b>	<b>55,43</b>
Atual	50,19	49,12
Seis Meses	57,75	55,06
Um Ano	66,75	62,11
<b>Situação Financeira da Família em relação ao passado</b>	<b>54,52</b>	<b>51,90</b>
Mês anterior	51,60	50,33
Seis meses atrás	55,15	51,93
Um Ano Atrás	56,80	53,43
<b>Pretensão de Compra</b>	<b>55,53</b>	<b>56,88</b>
<b>Pontualidade no Pagamento</b>	<b>62,64</b>	<b>63,60</b>
<b>Disponibilidade de Recursos</b>	<b>47,75</b>	<b>45,08</b>

**ICCBH - Análise**

O ICCBH apresentou, em março de 2005, uma leve queda de 1,38% se comparado a fevereiro, sendo a primeira deste ano, fazendo o índice recuar para a marca dos 45,00 pontos. Tal retração não deve ser interpretada como uma tendência negativa no Índice de Confiança do Consumidor, que já acumula uma alta de 17,30% desde a implantação da pesquisa (maio/04).

Após duas quedas consecutivas, o grupo *Expectativa Econômica* mostrou-se novamente em ascensão, variando 3,17% em relação ao mês anterior. Isto é atribuído ao aumento das avaliações positivas em todos os itens que o compõem (Tabela 2). O item *Desemprego* é o que contabiliza o maior aumento acumulado desde maio/04 (85,89%), fechando este mês em 24,22 pontos, podendo ser considerado ainda o “freio” do crescimento da confiança do consumidor. O percentual de entrevistados que considera a *Situação Econômica Atual do País* “boa ou ótima” sobe de 10,76% em fevereiro para 14,48% em março. Sobre a avaliação do item *Inflação*, observa-se uma variação negativa de 6,61% acumulada no ano, apesar do aumento de 2,53% em março com relação a fevereiro.

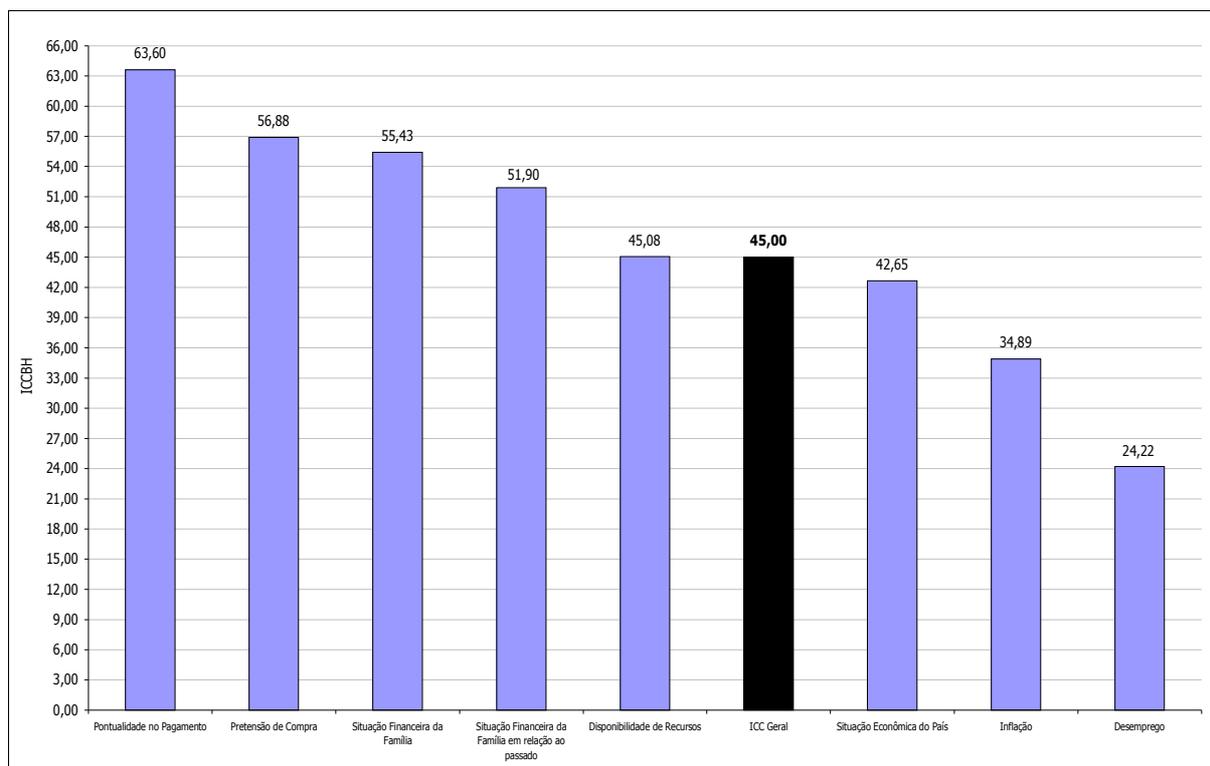
O Gráfico 2 deixa explícito o fato de que apenas os entrevistados de menor poder aquisitivo (renda inferior a 2 salários mínimos) aumentaram o seu nível de confiança em março quando comparado ao de fevereiro.

Quanto ao grupo *Expectativa Financeira*, após dois aumentos consecutivos, observou-se em março, uma queda de 3,12% em relação a fevereiro. O resultado menos otimista desse grupo é relacionado, principalmente, aos itens *Situação Financeira da Família*, *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado* (ambas com queda de 4,81%) e *Disponibilidade de Recursos* (-5,59%). O percentual de consumidores que consideravam “melhor ou muito melhor” a situação financeira da família hoje comparado com o mês passado, caiu em 21,50%. O percentual de entrevistados que disseram que “faltarão dinheiro” no próximo mês é de 27,90%, enquanto que em fevereiro este percentual era de 25,05%.

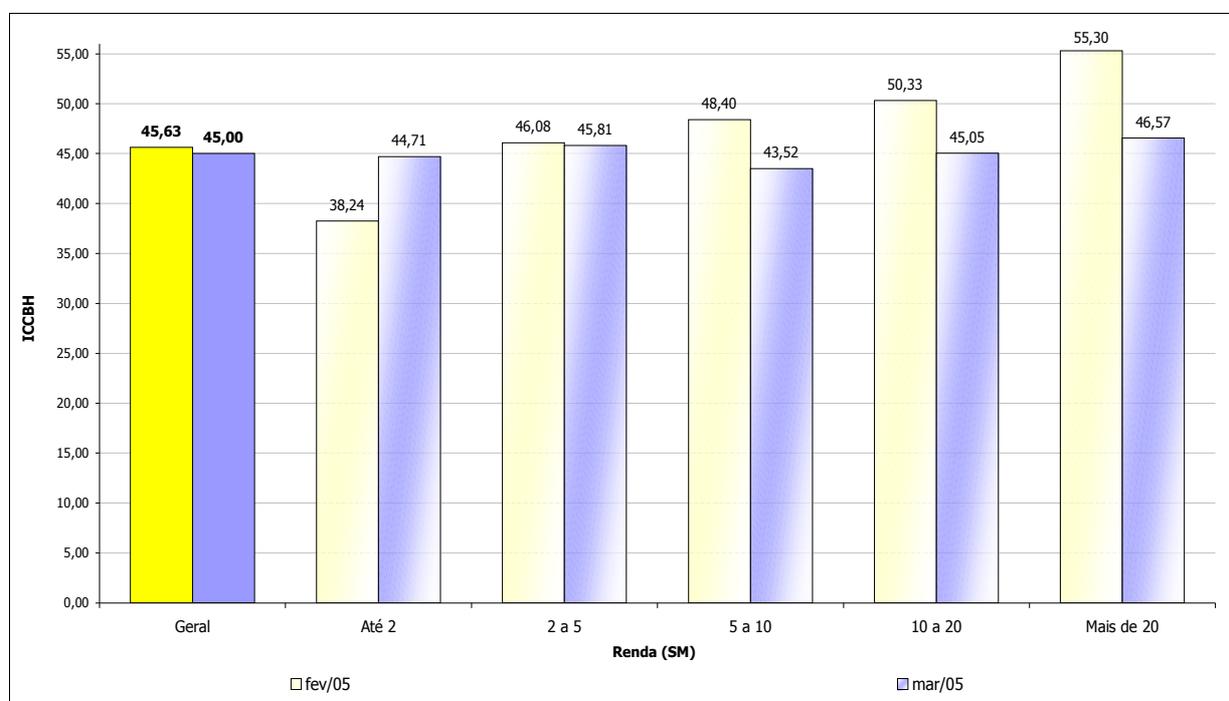
O item *Pretensão de Compras* apresentou a segunda alta no ano, acumulando um aumento de 3,16% em 2005. No Gráfico 4 encontra-se o *ranking* dos 10 itens mais pretendidos e dentre eles destacam-se novamente os itens: automóvel (15,33%), moradia (13,81%) e computador (9,52%).

Quanto a avaliação do item *Pontualidade no Pagamento*, observou-se a terceira alta consecutiva, acumulando 9,88% desde janeiro de 2005. Os maiores percentuais de atraso nos pagamentos são referentes às contas de energia elétrica (35,79%), telefone fixo (35,26%), água e cartão de crédito (ambas com 28,42%). Foram notórios os aumentos de débitos referentes a aluguel (35,73%), cartão de crédito (17,01%) e telefone fixo (7,46%), em relação ao mês anterior.

**Gráfico 1: ICCBH segundo subgrupos**



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

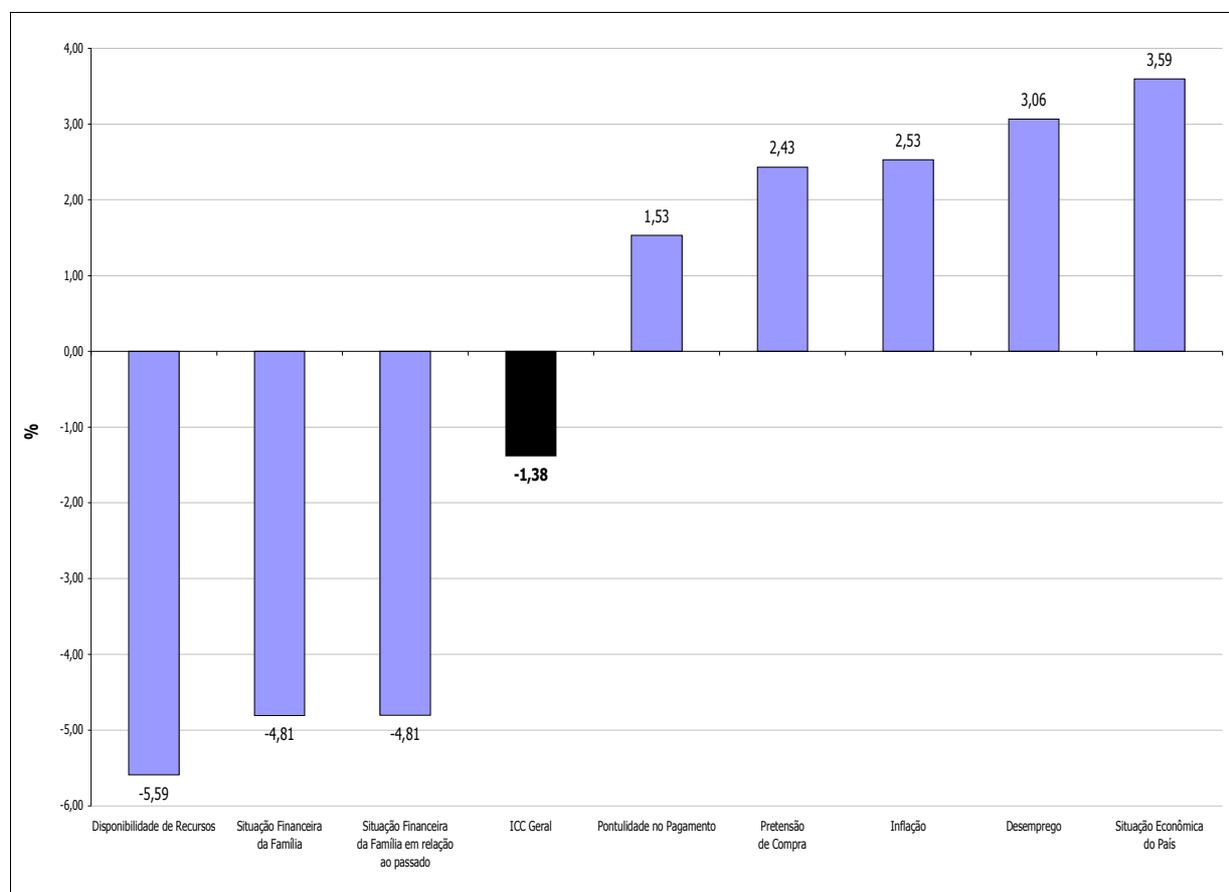


**ICCBH – Índice de Base Fixa**

**Tabela 2:** Evolução do ICCBH

Índice de Confiança do Consumidor – ICC	Base Fixa Maio/04=100	Variação do ICC (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC Geral</b>	<b>117,30</b>	<b>-1,38</b>	<b>9,97</b>	<b>-</b>
<b>Expectativa Econômica</b>	<b>140,74</b>	<b>3,17</b>	<b>-3,72</b>	<b>-</b>
Situação Econômica do País	135,91	3,59	-15,61	-
Inflação	107,76	2,53	-6,61	-
Desemprego	185,89	3,06	20,26	-
<b>Expectativa Financeira</b>	<b>109,83</b>	<b>-3,12</b>	<b>16,77</b>	<b>-</b>
Situação Financeira da Família	111,45	-4,81	17,91	-
Situação Financeira da Família em relação ao passado	117,17	-4,81	11,47	-
Pretensão de Compra	100,89	2,43	3,16	-
Pontualidade no Pagamento	102,74	1,53	9,88	-
Disponibilidade de Recursos	112,96	-5,59	33,37	-

**Gráfico 3:** Variações do ICCBH e de seus componentes (Março/Fevereiro)



**ICCBH – Pretensão de Compra**

**Tabela 3:** ICCBH – Hierarquização da pretensão de compra

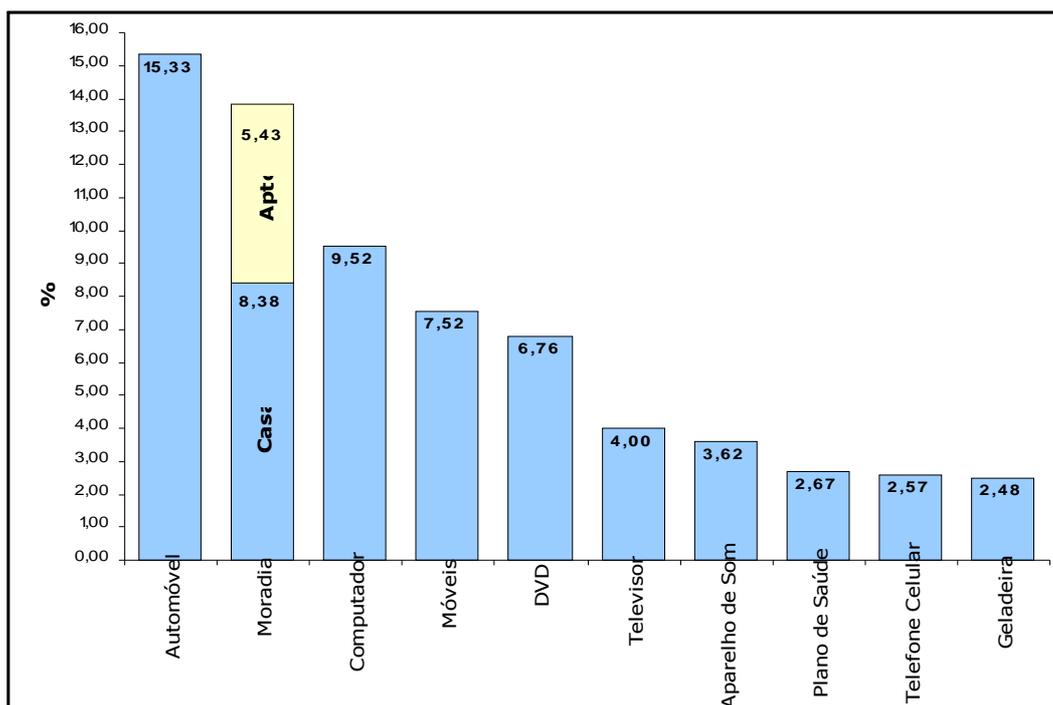
Descrição	Março/05		
	Nº de Respostas	% <sup>1</sup>	Tempo <sup>2</sup> (em meses)
Automóvel	161	15,33	6
Computador	100	9,52	5
Casa	88	8,38	acima de 6
Móveis	79	7,52	5
DVD	71	6,76	5
Apartamento	57	5,43	6
Televisor	42	4,00	4
Aparelho de Som	38	3,62	4
Plano de Saúde	28	2,67	5
Telefone Celular	27	2,57	3
Geladeira	26	2,48	5
Motocicleta	26	2,48	6
Pacote Turístico	23	2,19	5
Máquina de Lavar	19	1,81	5
Lote	18	1,71	6
Assinatura de Internet	15	1,43	3
Fogão	15	1,43	4
Assinatura de TV a Cabo	14	1,33	5
Sítio	13	1,24	acima de 6
Microondas	10	0,95	5
Cota de Clube	8	0,76	5
Freezer	8	0,76	4
Loja	7	0,67	6
Assinatura de Revistas	6	0,57	3
Sala	5	0,48	5
Seguro de Vida	5	0,48	5
Aparelho de Ar Condicionado	4	0,38	4
Secadora de Roupas	4	0,38	5
Assinatura de Jornais	2	0,19	3
Lava Louça	1	0,10	5
Seguro Residencial	1	0,10	4

<sup>1</sup> Percentual em relação ao total de entrevistados

<sup>2</sup> Tempo médio, em meses, previsto para compra

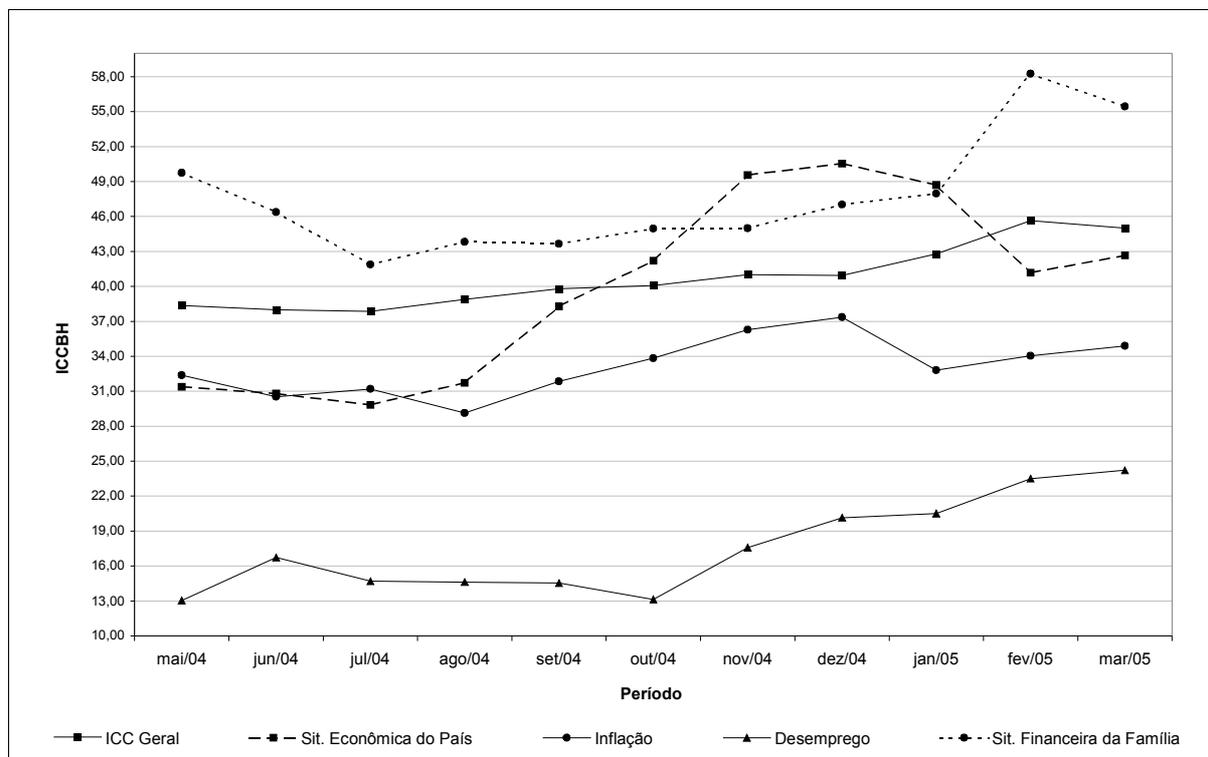
**ICCBH – As 10 maiores pretensões de compra**

**Gráfico 4:** ICCBH – Itens pretendidos para compra



**Evolução do ICCBH e alguns de seus componentes**

**Gráfico 5: ICCBH – Evolução**

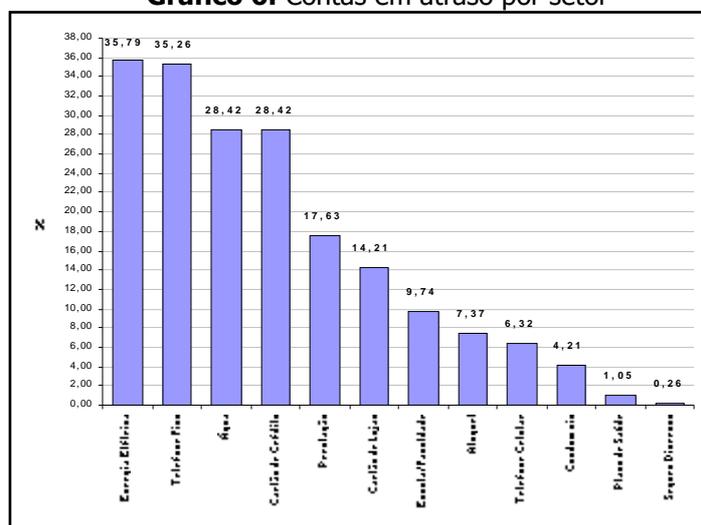


**Contas em Atraso**

**Tabela 4: Percentual de contas em atraso**

Descrição	Casos	%
Energia Elétrica	136	35,79
Telefone Fixo	134	35,26
Água	108	28,42
Cartão de Crédito	108	28,42
Prestação	67	17,63
Cartão de Lojas	54	14,21
Escola/Faculdade	37	9,74
Aluguel	28	7,37
Telefone Celular	24	6,32
Condomínio	16	4,21
Plano de Saúde	4	1,05
Seguros Diversos	1	0,26

**Gráfico 6: Contas em atraso por setor**



**Expediente**

**Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, Administrativas e Contábeis de Minas de 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](http://www.ipead.face.ufmg.br)  
E-mail: [ipead@ipead.face.ufmg.br](mailto:ipead@ipead.face.ufmg.br)

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

Editores: Eduardo Eustáquio Antunes  
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](http://www.fecomerciomg.org.br)  
E-mail: [pesquisa@fecomerciomg.org.br](mailto:pesquisa@fecomerciomg.org.br)

Presidente: Renato Rossi