

ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE BELO HORIZONTE – ICCBH

DESTAQUES

ICCBH apresentou retração de 2,19% no mês, fechando em 47,38 pontos

Somente o item *Situação Econômica do País* apresentou alta neste mês (2,09%)

O ICCBH apresentou melhora significativa apenas para a classe de renda mais alta (acima de 20 SM)

ICCBH para o gênero masculino apresentou queda de 4,18% no mês

Recou expressivo de 21,66% no ICCBH dos consumidores com mais de 64 anos

Consumidores com ensino primário apresentaram ICCBH 21,05% menor neste mês

A maior retração no mês foi observada no item *Pretensão de Compras* (-5,91%)

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 Março de 2006.

Tabela 1: ICCBH – Março de 2006

Descrição	Fevereiro/06	Março/06
ICC Geral	48,44	47,38
Expectativa Econômica	32,89	32,70
Situação Econômica do País	38,75	39,56
Atual	31,50	32,83
Seis Meses	39,08	39,96
Um Ano	45,65	45,90
Inflação	35,80	35,37
Atual	31,21	31,24
Seis Meses	36,18	35,82
Um Ano	40,02	39,03
Desemprego	27,34	26,53
Atual	18,33	19,92
Seis Meses	29,25	27,25
Um Ano	34,43	32,43
Expectativa Financeira	58,86	57,22
Situação Financeira da Família	62,18	60,98
Atual	53,42	52,54
Seis Meses	63,75	61,43
Um Ano	69,37	68,96
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	55,41	54,35
Atual	52,21	50,83
Seis Meses	55,50	53,92
Um Ano	58,51	58,29
Pretensão de Compra	83,71	78,76
Pontualidade no Pagamento	64,92	64,03
Disponibilidade de Recursos	47,57	45,61

ICCBH - ANÁLISE

O Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte caiu 2,19% em relação a Fevereiro/06, fechando em 47,38 pontos. Nos primeiros três meses do ano, o ICCBH acumulou uma variação negativa de 1,72%.

A queda mensal de 0,58% no grupo *Expectativa Econômica* pode ser explicada pela retração na avaliação dos itens *Inflação* (-1,20%) e principalmente o *Desemprego* (-2,96%). Apesar da queda deste último item, a expectativa de melhora com relação ao *Desemprego no país atualmente* apresentou leve alta, comparando-se Março/06 a Fevereiro/06. O item *Situação Econômica do País* apresentou alta de 2,09% no mês, havendo um decréscimo de 6,01% no percentual da avaliação “péssima ou ruim” para a *Situação Econômica Atual do País*.

Devido à retração na avaliação de todos os seus itens componentes, o grupo *Expectativa Financeira* mostrou-se em queda de 2,79% no mês. A diminuição de 1,93% na avaliação do item *Situação Financeira da Família* foi influenciada pelo decréscimo de 8,00% no percentual de consumidores que julgaram a *Situação Financeira Atual da Família* como “boa ou ótima”. Comparando-se ao mês anterior, houve retração de 28,99% no percentual daqueles que disseram que a *Situação Financeira da Família Hoje* é “muito melhor ou melhor” que no *Mês Passado*.

O item *Disponibilidade de Recursos* acumulou um crescimento de 14,29% desde a implantação da pesquisa (Maio/04), embora tenha apresentado queda de 4,12% neste mês. De Fevereiro/06 para Março/06, observou-se uma elevação de 23,00% para 25,33% no percentual de consumidores que disseram que faltará dinheiro no próximo mês.

Estratificando-se o ICCBH pela renda familiar, percebeu-se queda no índice das famílias com rendimento de 2 a 20 salários mínimos, quando comparado a Fevereiro/06. Verificou-se, também, que somente as famílias com rendimento superior a 10 salários ultrapassam a barreira entre o pessimismo e otimismo (Gráfico 3).

Comparando-se o índice nos meses de Fevereiro/06 e Março/06, com relação ao gênero dos consumidores, observou-se que o ICCBH para as mulheres mostrou-se praticamente estável (-0,34%), enquanto que houve retração de 4,18% para os homens (Gráfico 4).

Segundo a faixa etária, o ICCBH retrocedeu em todas as idades, exceto na faixa de 55 a 64 anos (aumento de 1,34% no mês). A maior queda foi observada entre os consumidores com mais de 64 anos (-21,66%), cujo ICCBH se apresenta abaixo dos 50 pontos (Gráfico 5).

Comparando-se a Fevereiro/06, constatou-se diminuição do ICCBH em todos os níveis de escolaridade dos consumidores, dando enfoque à queda de 21,05% no índice dos consumidores com ensino primário. Somente os consumidores com ensino superior apresentaram índice que superou a fronteira entre pessimismo e otimismo (Gráfico 6).

Apesar de acumular um crescimento de 38,47% nos últimos 12 meses, a avaliação do item *Pretensão de Compras* variou -5,91% neste mês. O *ranking* dos bens/serviços mais desejados pelos consumidores é dominado por *Automóvel* (21,17%), *Moradia* com 15,17% (*apartamento*: 7,67% e *casa*: 7,50%), *Computador* (11,50%) e *Móveis* (6,50%), como mostrado na Tabela 3.

Houve crescimento de 2,88% no percentual de consumidores que afirmaram estar em atraso no pagamento de alguma conta, influenciando na queda mensal de 1,37% na avaliação do item *Pontualidade no Pagamento*. Na Tabela 4 é apresentada uma hierarquização das contas que foram ditas em atraso, sendo estas liderada pelas contas de *Energia Elétrica* (41,59%), *Telefone Fixo* (29,44%), *Cartão de Crédito* (25,23%) e *Água* (22,90%).

Gráfico 1: ICCBH segundo subgrupos

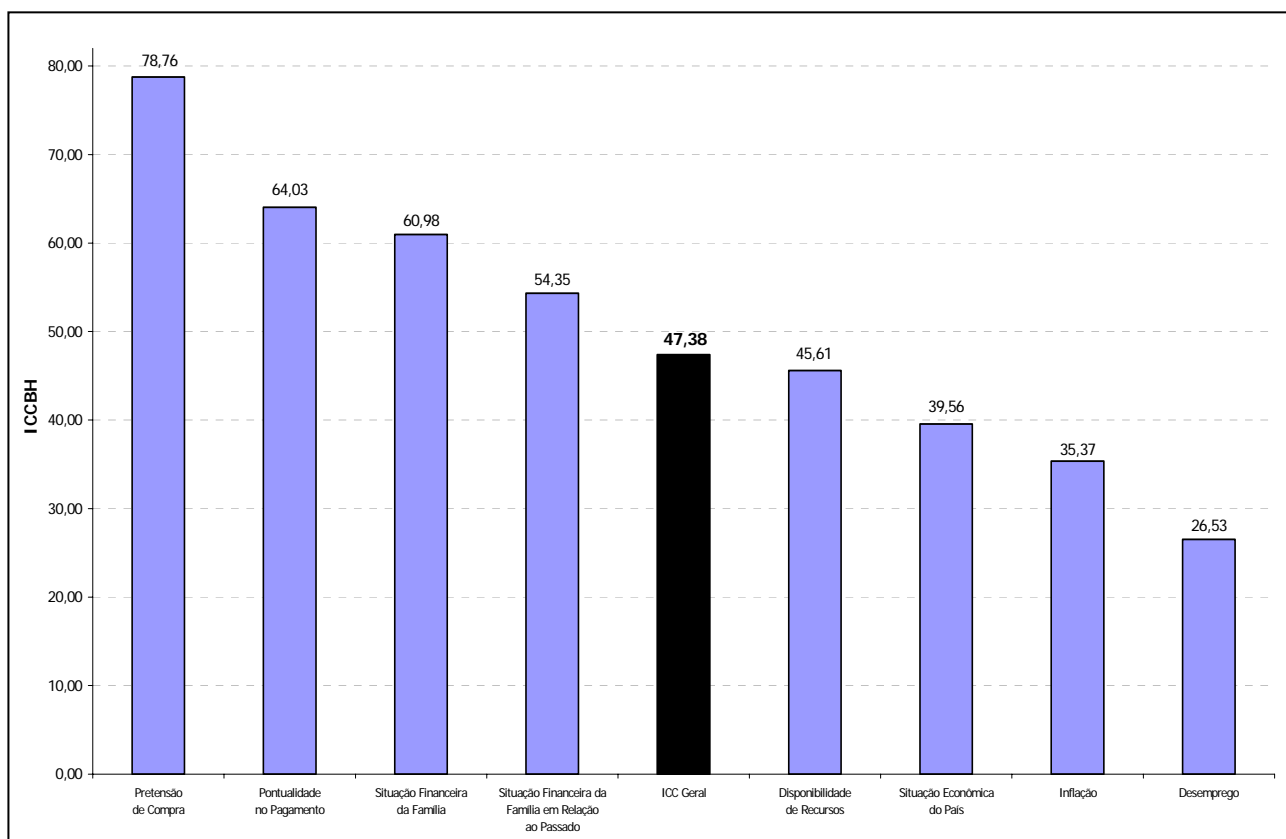


Gráfico 2: Variações do ICCBH e de seus componentes (Março 06/ Fevereiro 06)

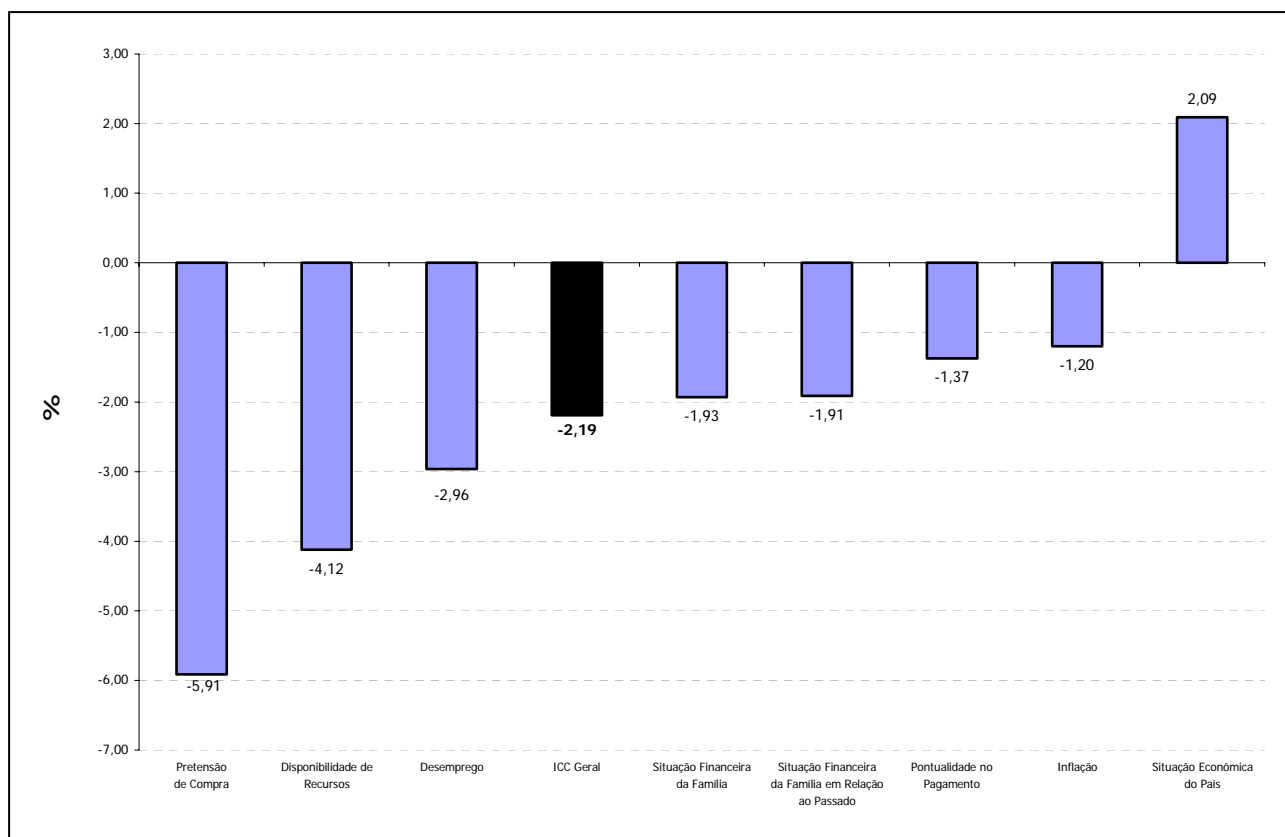


Gráfico 3: ICCBH segundo Renda Familiar (em salários mínimos)

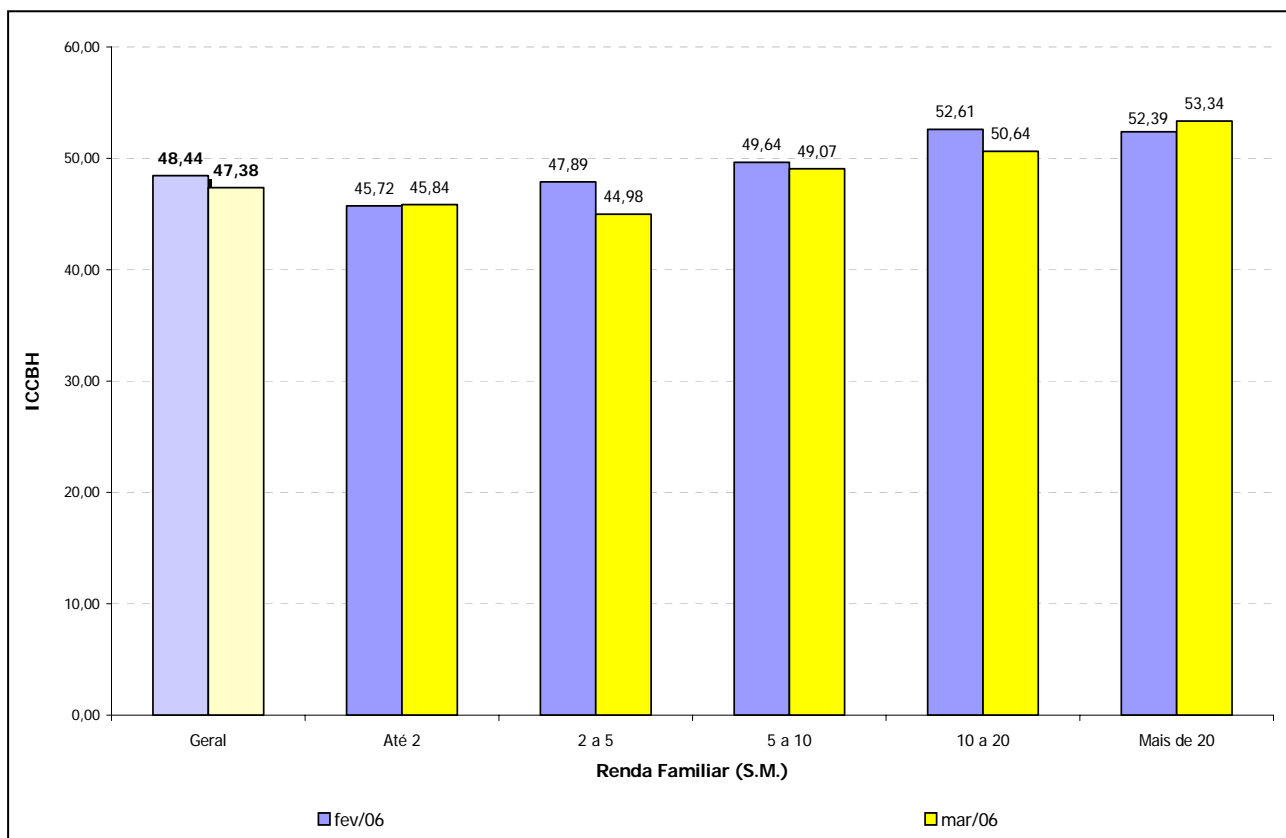


Gráfico 4: ICCBH segundo Gênero

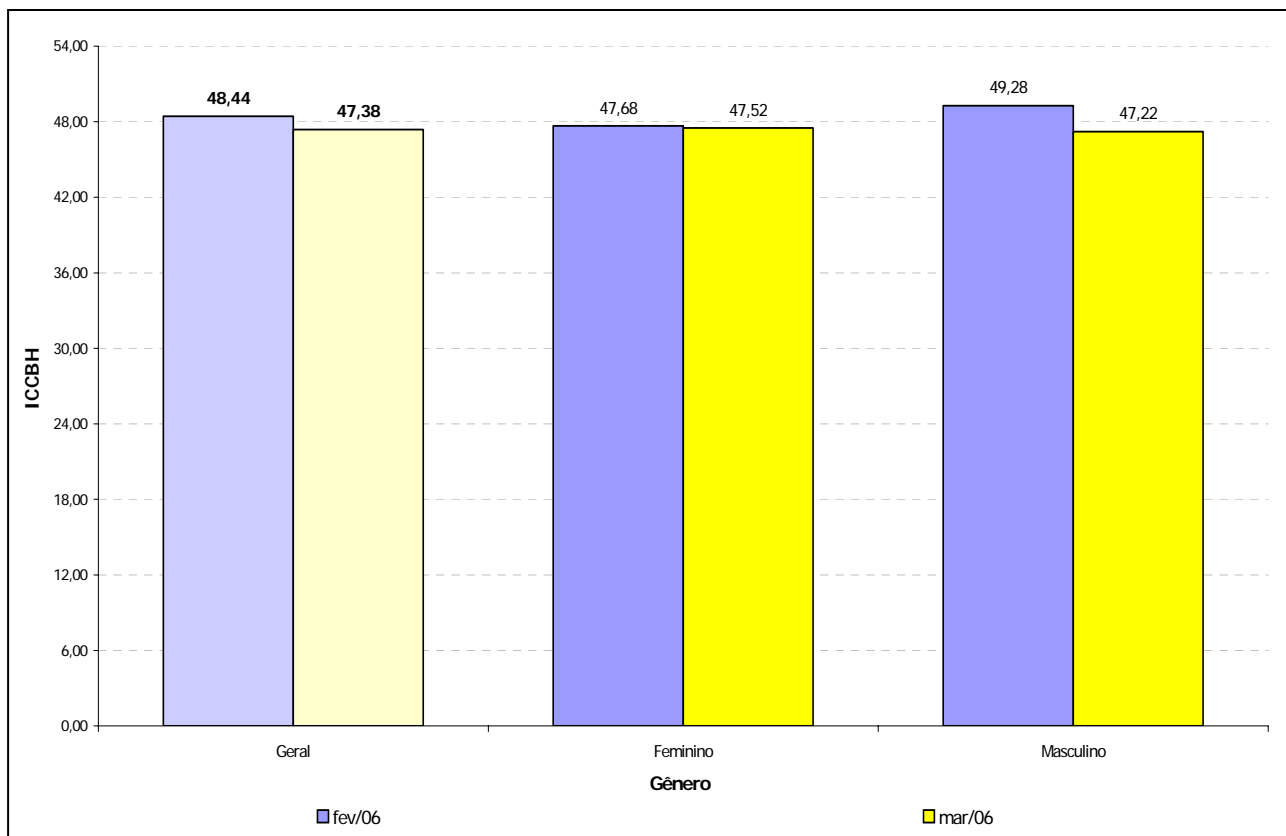


Gráfico 5: ICCBH segundo Faixa Etária

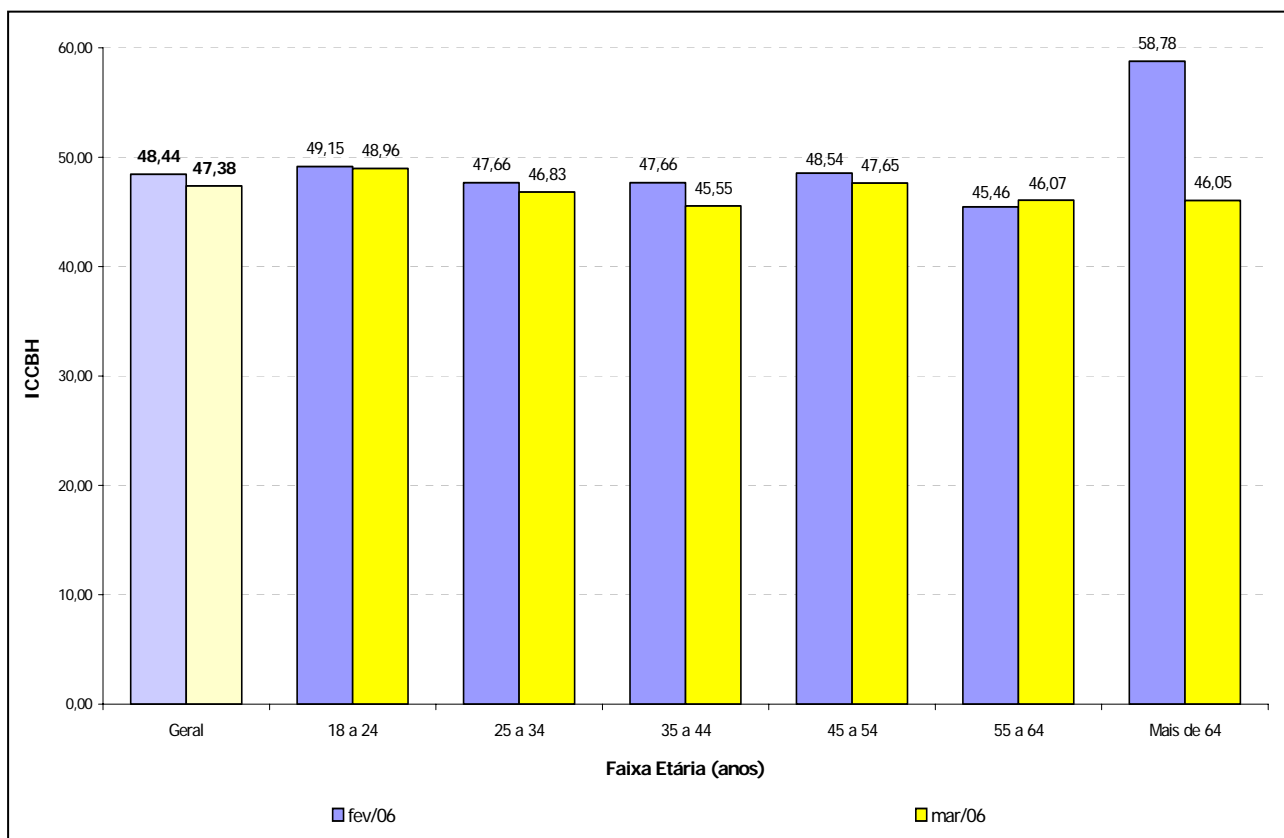
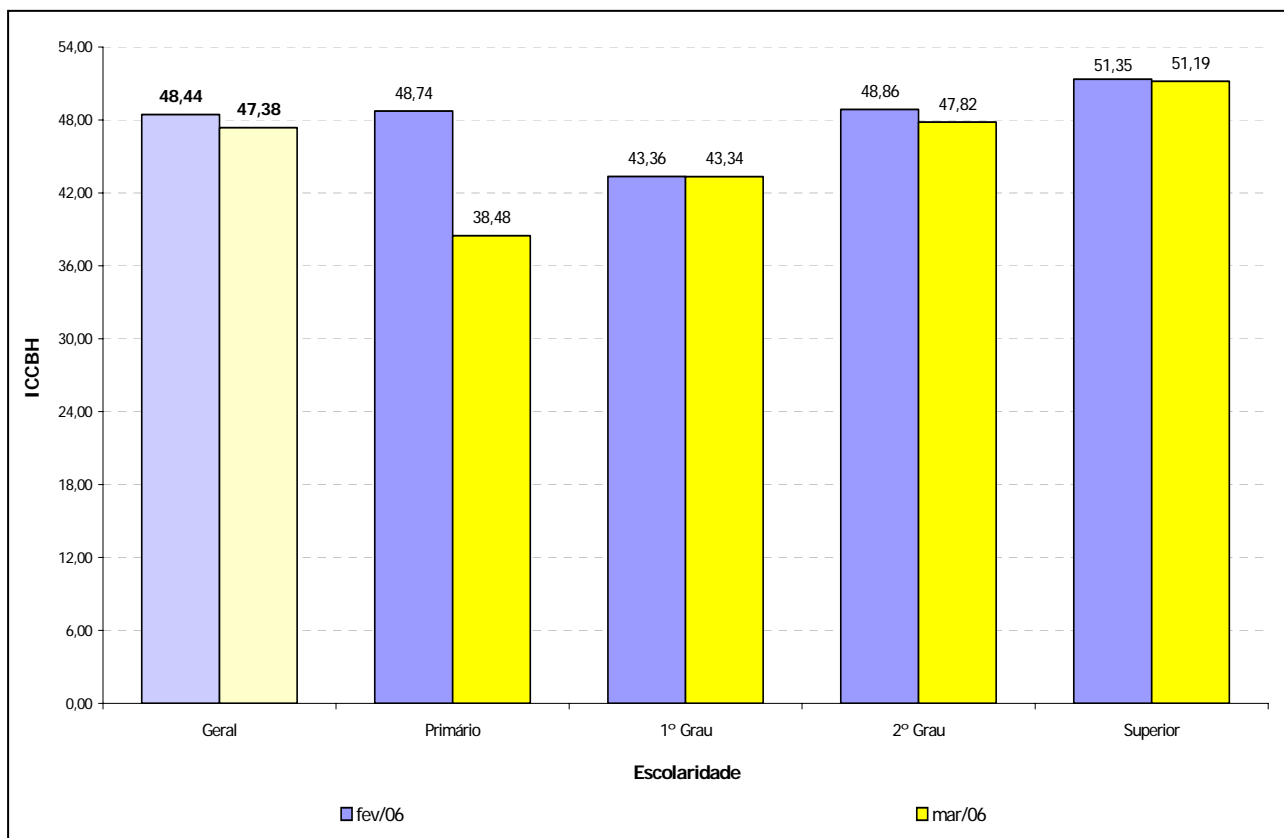


Gráfico 6: ICCBH segundo Escolaridade



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	123,51	-2,19	-1,72	5,29
Expectativa Econômica	141,30	-0,58	-0,79	0,40
Situação Econômica do País	126,06	2,09	2,04	-7,25
Atual	135,59	4,22	2,85	-12,55
Seis Meses	126,62	2,25	1,37	-3,94
Um Ano	119,62	0,55	2,07	-5,96
Inflação	109,25	-1,20	-4,28	1,38
Atual	117,40	0,10	-5,68	3,03
Seis Meses	110,11	-1,00	-5,01	3,74
Um Ano	102,74	-2,47	-2,47	-2,01
Desemprego	203,62	-2,96	-1,59	9,54
Atual	488,99	8,67	10,18	23,73
Seis Meses	207,31	-6,84	-4,52	13,16
Um Ano	148,30	-5,81	-5,31	-0,09
Expectativa Financeira	117,81	-2,79	-2,09	7,27
Situação Financeira da Família	122,61	-1,93	-1,95	10,01
Atual	122,87	-1,65	-3,29	6,96
Seis Meses	122,07	-3,64	-3,40	11,57
Um Ano	122,88	-0,59	0,44	11,03
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	122,70	-1,91	-3,96	4,72
Atual	113,38	-2,64	-6,44	0,99
Seis Meses	122,00	-2,85	-4,50	3,83
Um Ano	132,91	-0,38	-1,15	9,10
Pretensão de Compra	139,69	-5,91	-0,52	38,47
Pontualidade no Pagamento	103,43	-1,37	-1,00	0,68
Disponibilidade de Recursos	114,29	-4,12	-2,38	1,18

EVOLUÇÃO DO ICCBH E DE ALGUNS DE SEUS COMPONENTES

Gráfico 7: ICCBH – Evolução

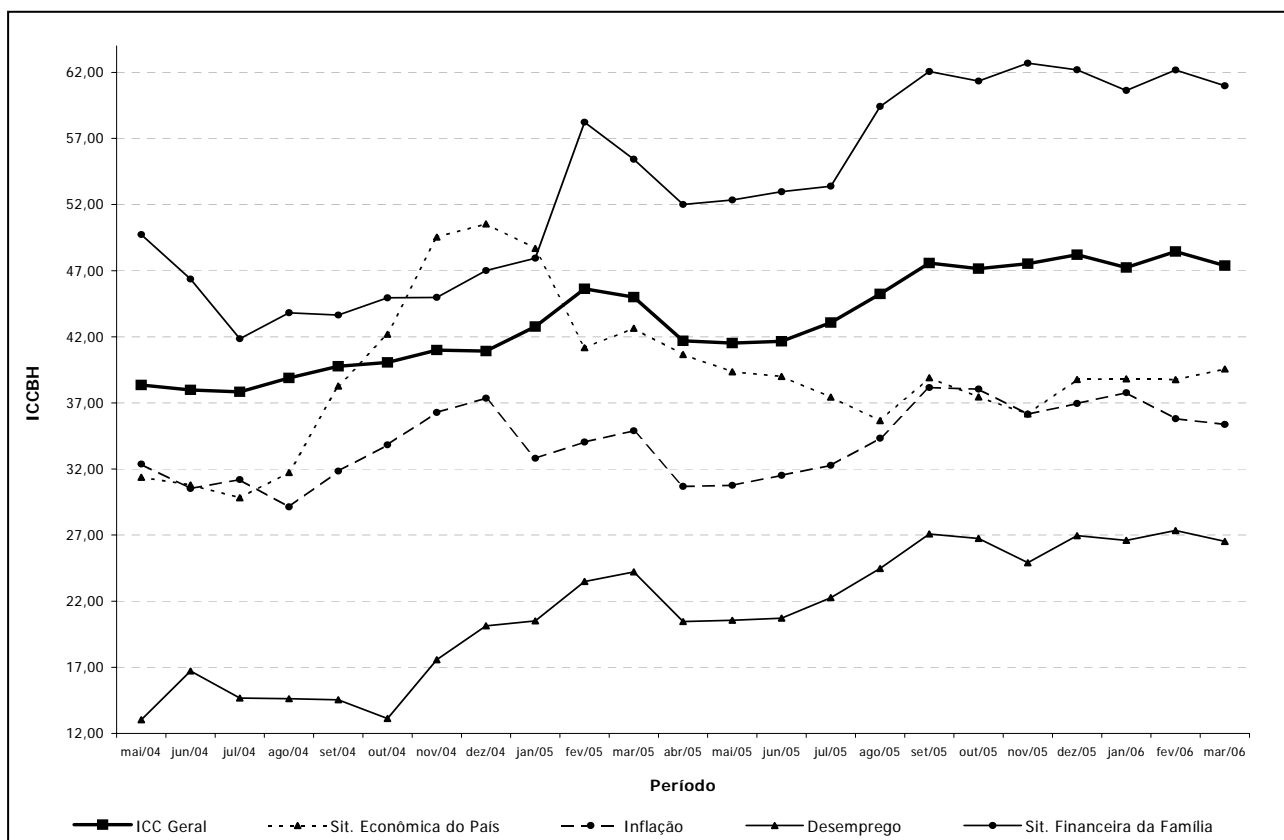
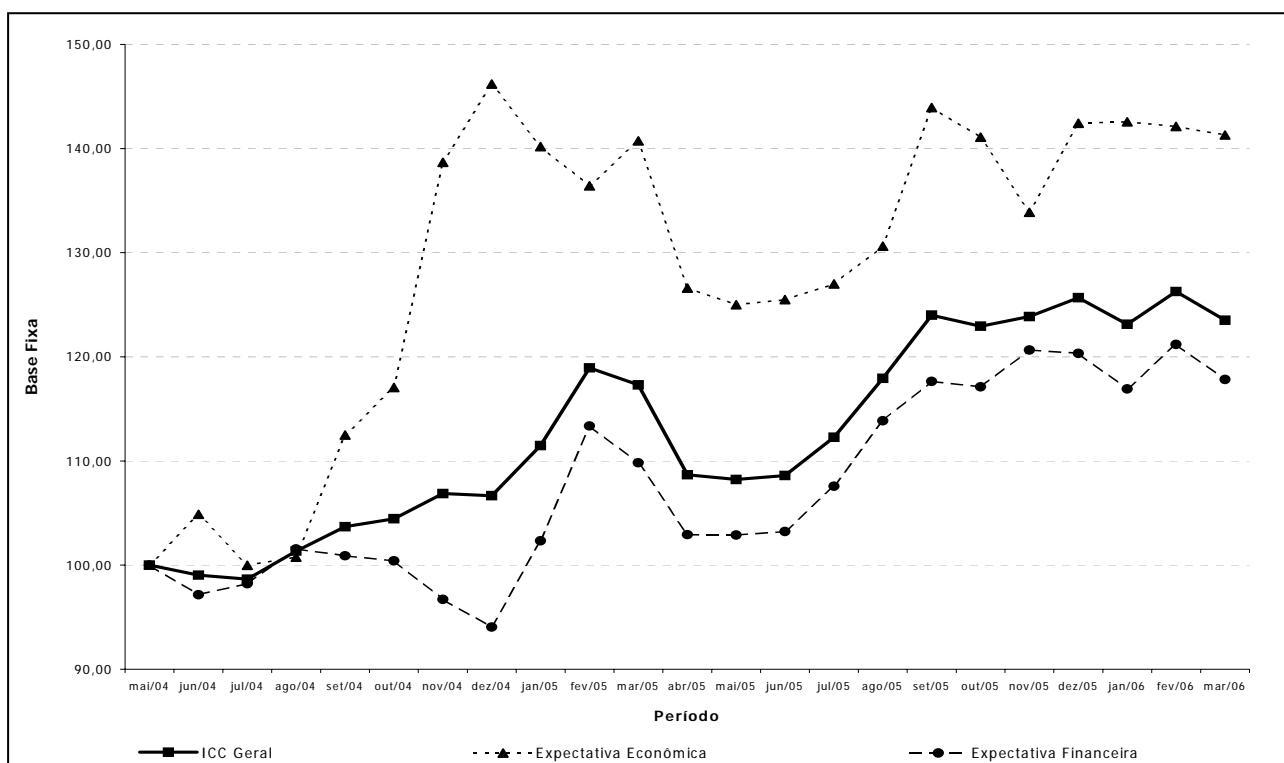


Gráfico 8: ICCBH – Evolução na Base Fixa (Maio/04=100)



ICCBH – PRETENSÃO DE COMPRA

Tabela 3: ICCBH – Hierarquização da pretensão de compra

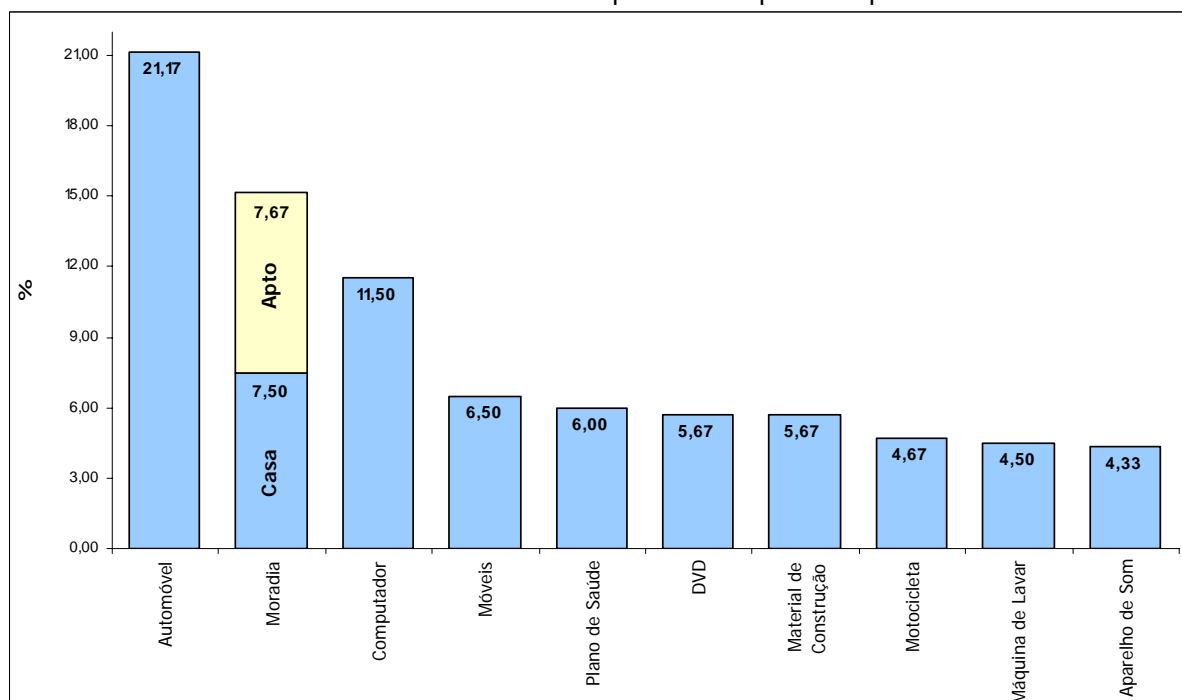
Descrição	Março/06		
	Nº de Respostas	% ¹	Tempo ² (em meses)
Automóvel	127	21,17	6
Moradia	91	15,17	Acima de 6
<i>Apartamento</i>	46	7,67	6
<i>Casa</i>	45	7,50	Acima de 6
Computador	69	11,50	6
Móveis	39	6,50	6
Plano de Saúde	36	6,00	5
DVD	34	5,67	5
Material de Construção	34	5,67	5
Motocicleta	28	4,67	6
Máquina de Lavar	27	4,50	5
Aparelho de Som	26	4,33	5
Pacote Turístico	25	4,17	6
Geladeira	24	4,00	5
Televisor	22	3,67	5
Assinatura de Internet	19	3,17	4
Sítio	16	2,67	Acima de 6
Telefone Celular	15	2,50	4
Fogão	13	2,17	5
Assinatura de TV a Cabo	12	2,00	4
Lote	10	1,67	5
Microondas	9	1,50	5
Cota de Clube	6	1,00	6
Loja	5	0,83	Acima de 6
Sala	5	0,83	6
Assinatura de Jornais	4	0,67	5
Seguro de Vida	4	0,67	Acima de 6
Seguro Residencial	4	0,67	Acima de 6
Aparelho de Ar Condicionado	2	0,33	Acima de 6
Assinatura de Revistas	2	0,33	4
Freezer	2	0,33	6
Secadora de Roupas	2	0,33	Acima de 6
Lava Louça	1	0,17	Acima de 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	89	41,59
Telefone Fixo	63	29,44
Cartão de Crédito	54	25,23
Água	49	22,90
Prestação	42	19,63
Cartão de Lojas	32	14,95
Escola/Faculdade	18	8,41
Telefone Celular	16	7,48
Aluguel	6	2,80
Condomínio	5	2,34
Seguro Diversos	5	2,34
Plano de Saúde	2	0,93

Base de respostas : 214 consumidores que estão em atraso com alguma conta

EXPEDIENTE

Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, Administrativas e Contábeis de Minas 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.fecomerciomg.org.br E-mail: pesquisa@fecomerciomg.org.br

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