

ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE BELO HORIZONTE – ICCBH

Novembro de 2006 – Número 30

DESTAQUES

ICCBH bateu recorde atingindo 50,21 pontos e ultrapassou, pela primeira vez, a barreira entre pessimismo e otimismo

O aumento mais expressivo do mês foi na avaliação do item *Desemprego* (9,69%)

A maior queda mensal foi na avaliação do item *Pontualidade no Pagamento* (-3,00%)

Crescimento mensal no ICCBH para ambos os gêneros

Somente os consumidores com renda inferior a 2 salários mínimos apresentaram ICCBH inferior a 50 pontos

Retração do ICCBH dos consumidores com idade entre *25 e 34 anos* e *45 e 54 anos*

A maior alta do ICCBH foi observada entre os consumidores com *ensino primário*

NOTA METODOLÓGICA

O Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte – ICCBH é um indicador que tem por finalidade sintetizar a opinião dos consumidores em Belo Horizonte quanto aos aspectos capazes de afetar as suas decisões de consumo atual e futuro.

A Fundação IPEAD-UFMG, em parceria com a FECOMÉRCIO-MG, desde Maio de 2004, apura mensalmente o ICCBH com base na realização de 600 entrevistas junto aos consumidores em Belo Horizonte, assumindo uma margem de erro de 1,23.

O ICCBH é composto por dois grupos: o Índice de Expectativa Econômica (IEE) e o Índice de Expectativa Financeira (IEF).

O IEE é formado por três itens que identificam a confiança do consumidor quanto a aspectos macro-econômicos. Já o IEF é constituído por 5 itens que avaliam a confiança do consumidor a respeito de indicadores micro-econômicos.

Os grupos e os itens componentes do ICCBH, bem como o índice geral, são apresentados em uma escala que varia de 0 a 100 pontos, em que 0 indica o pessimismo total e 100 representa otimismo total.

ICCBH - ANÁLISE

O Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte ultrapassou, pela primeira vez, a barreira entre o pessimismo e o otimismo fechando na marca dos 50,21 pontos. Mediante o aumento de 2,36% comparado ao mês de outubro/06, o ICCBH bateu o recorde atingindo o seu maior índice desde a implantação da pesquisa (maio/04), acumulando crescimento de 30,89% desde então.

O grupo que indica a expectativa do consumidor em relação aos indicadores macro-econômicos (*Índice de Expectativa Econômica*) apresentou alta de 6,67% comparando-se ao mês anterior, registrando 38,68 pontos. O grupo que avalia a confiança do consumidor a respeito de alguns indicadores micro-econômicos (*Índice de Expectativa Financeira*) teve ligeira alta de 0,56%, atingindo 57,94 pontos.

Os três itens que compõem o *Índice de Expectativa Econômica* mostraram-se em ascensão em relação ao mês de outubro/06. A alta mais expressiva do mês foi observada na avaliação do item *Desemprego* (9,69%), influenciada pelo declínio de 9,21% no percentual de consumidores que disseram que o *Desemprego Atual no País* está “muito alto ou alto”. O crescimento acumulado nos últimos 12 meses para o item *Desemprego* somou 34,52%.

A avaliação do item *Situação Econômica do País* apresentou a terceira alta consecutiva e registrou aumento de 5,80% no mês, observando-se decréscimo de 14,34% no percentual de consumidores que consideraram a *Situação Econômica Atual do País* como “péssima ou ruim”. A avaliação do item *Inflação* cresceu 3,04% no mês, acumulando alta de 11,91% no ano. Houve queda de 10,49% no percentual de consumidores que avaliaram a *Inflação Atual do País* como “muito alta ou alta”.

Na comparação com outubro/06, a menor queda foi observada na avaliação do item *Situação Financeira da Família* (-0,20%), acumulando retração de 1,64% no ano. O item *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado* teve um crescimento de 1,50% neste mês, influenciado pelo aumento de 9,46% no percentual de consumidores que afirmaram que a *Situação Financeira da Família em Relação ao Ano Passado* está “melhor ou muito melhor”.

A avaliação do item *Disponibilidade de Recursos* apresentou alta de 4,76%. Houve crescimento de 14,55% no percentual de consumidores que disseram que possivelmente sobrarão dinheiro no próximo mês.

A avaliação do item *Pretensão de Compras* sofreu retração de 1,89% neste mês, contabilizando uma queda acumulada de 12,01% no ano. Os itens mais citados na pretensão de compras dos consumidores foram liderados por *Automóvel* (20,83%), *Moradia* com 18,50% (*casa*: 11,33% e *apartamento*: 7,17%), *Computador* (14,50%) e *Material de Construção* (5,33%), conforme mostrado no Gráfico 9.

O item que apresentou a maior retração em relação ao mês passado foi *Pontualidade no Pagamento* (-3,00%). Em outubro/06, o percentual de entrevistados que afirmaram estar com alguma conta atrasada era de 34,67% subindo para 37,00% em novembro/06. Verificou-se que o maior percentual de atraso no pagamento é em *Energia Elétrica* (36,94%), seguido de *Telefone Fixo* (23,42%), *Cartão de Crédito* (19,82%) e *Cartão de Lojas* (18,92%). No Gráfico 10 é possível observar a lista completa das contas ditas em atraso.

Segundo o gênero dos consumidores, percebeu-se aumento mensal no ICCBH para ambos os gêneros, constatando-se que as mulheres permaneceram menos confiantes que os homens. Vale ressaltar que o índice para o gênero masculino continuou ultrapassando a barreira entre o pessimismo e o otimismo (Gráfico 4).

Na comparação com outubro/06, estratificando-se o ICCBH por renda familiar, observou-se crescimento do índice em todas as classes de renda. Somente os consumidores com renda de até 2 salários mínimos que apresentaram índice inferior à fronteira dos 50 pontos (Gráfico 5).

De acordo com a fonte de renda familiar, os consumidores das classes *Negócio Próprio*, *Emprego com Carteira*, *Emprego Público* e *Aposentados/Pensionistas* apresentaram ICCBH acima dos 50 pontos. Ante o mês anterior, somente os consumidores com *Negócio Próprio*, *Emprego sem Carteira* e *Autônomo* que tiveram queda no ICCBH (Gráfico 6).

Segundo a faixa etária, observou-se decréscimo no ICCBH somente para os consumidores nas faixas etárias de 25 a 34 e de 45 a 54 anos. Os consumidores que apresentaram menor índice foram aqueles na faixa de 45 a 54 anos e aqueles com idade superior a 64 anos (Gráfico 7).

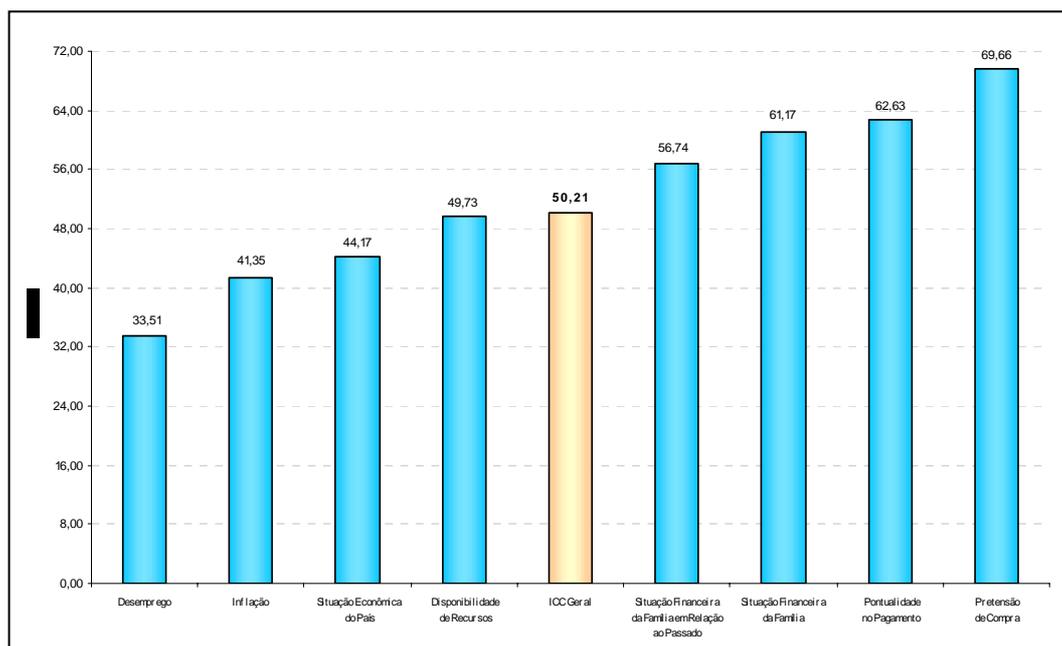
De acordo com o nível de escolaridade dos entrevistados, percebeu-se retração do índice somente para os consumidores com ensino superior. Comparando-se ao índice de outubro/06, a maior alta foi observada nos consumidores com ensino primário (Gráfico 8).

ICCBH – ÍNDICE GERAL E SEUS COMPONENTES

Tabela 1: ICCBH – Novembro de 2006

Descrição	Outubro/06	Novembro/06
ICCBH – Índice Geral	49,05	50,21
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	36,26	38,68
Situação Econômica do País	41,75	44,17
Atual	36,44	38,92
Um Ano	47,07	49,41
Inflação	40,13	41,35
Atual	36,48	37,63
Um Ano	43,79	45,07
Desemprego	30,55	33,51
Atual	23,00	26,59
Um Ano	38,11	40,43
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	57,62	57,94
Situação Financeira da Família	61,29	61,17
Atual	54,00	54,67
Um Ano	68,58	67,66
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	55,90	56,74
Atual	52,42	52,21
Um Ano	59,39	61,27
Pretensão de Compra	71,00	69,66
Pontualidade no Pagamento	64,57	62,63
Disponibilidade de Recursos	47,47	49,73

Gráfico 1: Itens componentes do ICCBH

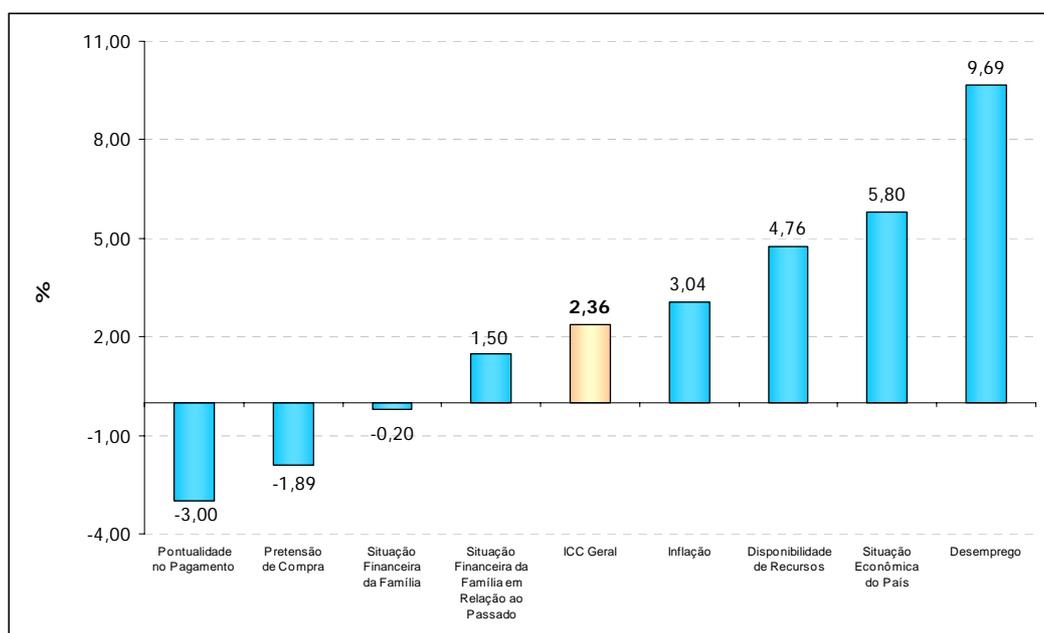


ICCBH – ÍNDICE DE BASE FIXA

Tabela 2: Evolução do ICCBH

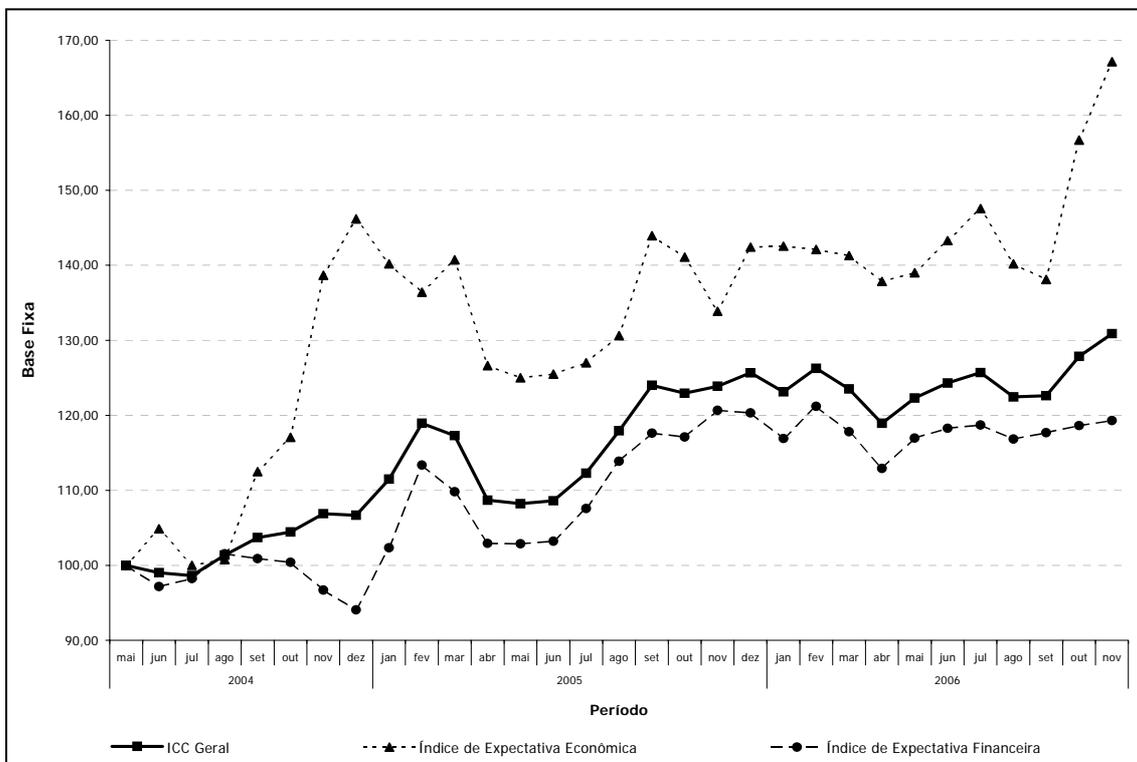
Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/04=100	Variação do ICC (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICCBH – Índice Geral	130,89	2,36	4,15	5,66
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	167,14	6,67	17,35	24,85
Situação Econômica do País	140,75	5,80	13,93	22,15
Atual	160,74	6,81	21,93	31,18
Um Ano	128,77	4,97	9,87	16,86
Inflação	127,72	3,04	11,91	14,38
Atual	141,41	3,15	13,62	11,07
Um Ano	118,64	2,92	12,62	17,00
Desemprego	257,20	9,69	24,30	34,52
Atual	652,72	15,61	47,07	60,18
Um Ano	184,88	6,09	18,04	27,30
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	119,30	0,56	-0,86	-1,13
Situação Financeira da Família	122,99	-0,20	-1,64	-2,44
Atual	127,85	1,24	0,63	0,07
Um Ano	120,56	-1,34	-1,46	-1,74
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	128,09	1,50	0,27	3,35
Atual	116,45	-0,40	-3,90	0,40
Um Ano	139,70	3,17	3,90	6,02
Pretensão de Compra	123,55	-1,89	-12,01	-6,08
Pontualidade no Pagamento	101,17	-3,00	-3,17	-2,16
Disponibilidade de Recursos	124,62	4,76	6,44	0,06

Gráfico 2: Variações do ICCBH e de seus componentes (Novembro 06/ Outubro 06)



EVOLUÇÃO DO ICCBH E DE SEUS COMPONENTES

Gráfico 3: ICCBH – Evolução na Base Fixa (Maio/04=100)



ESTRATIFICAÇÃO DO ICCBH

Gráfico 4: ICCBH segundo Gênero

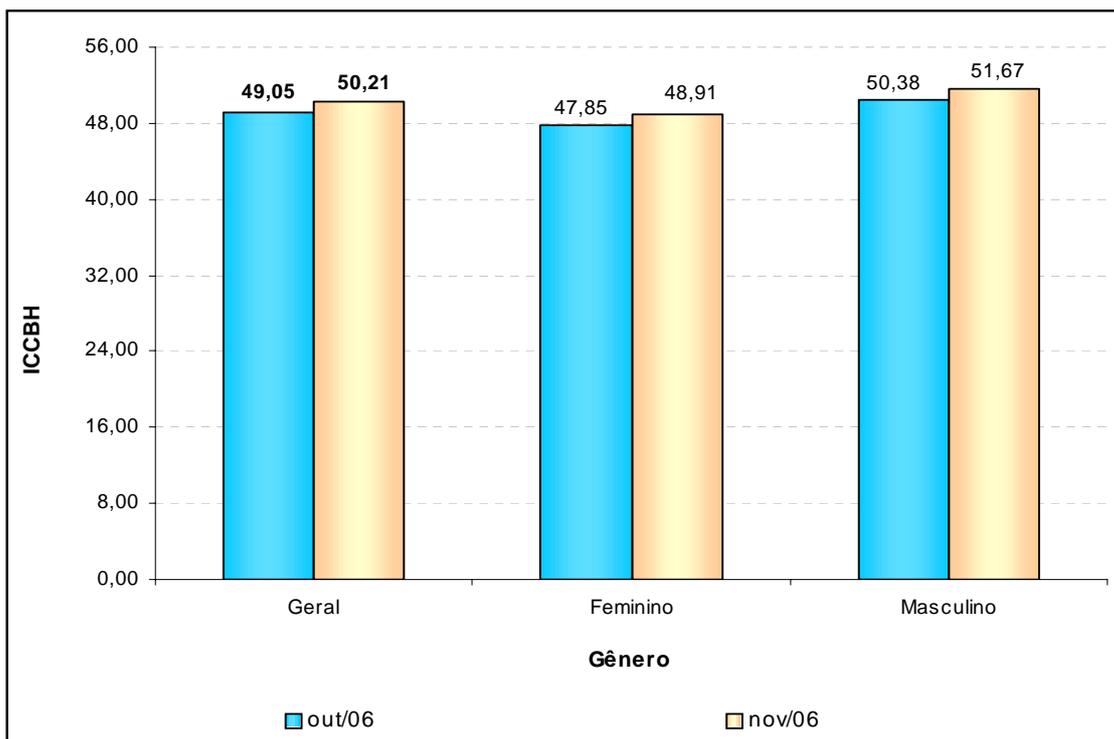


Gráfico 5: ICCBH segundo Renda Familiar (em salários mínimos)

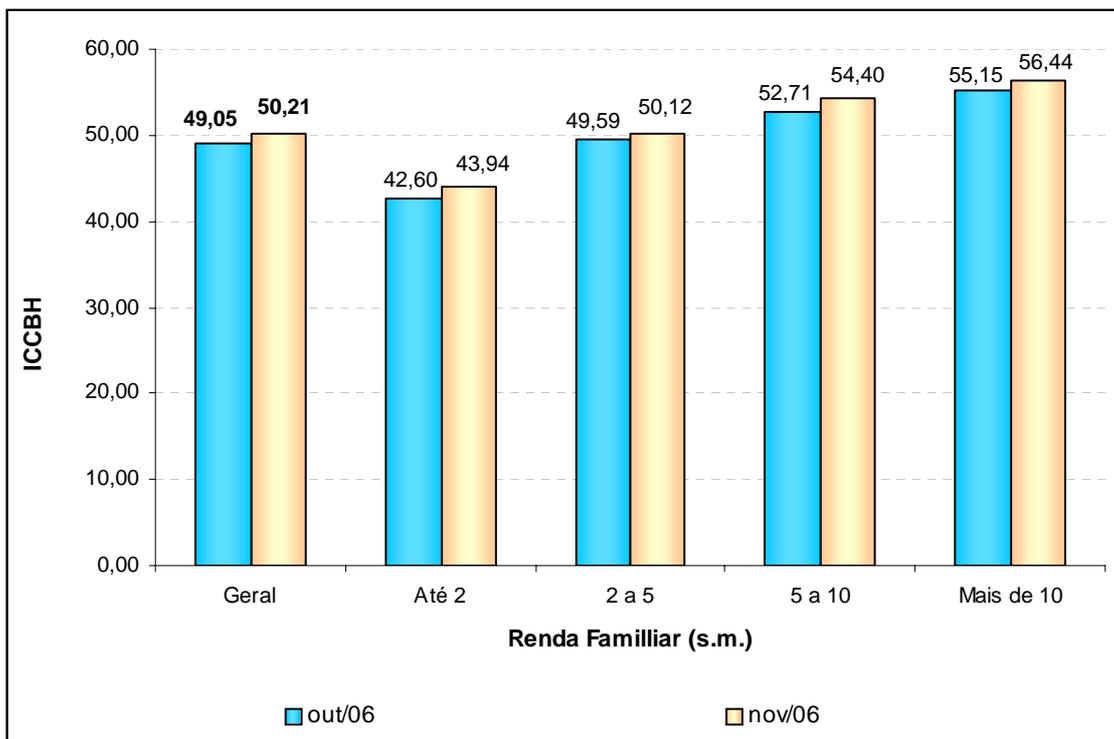


Gráfico 6: ICCBH segundo Fonte de Renda Familiar

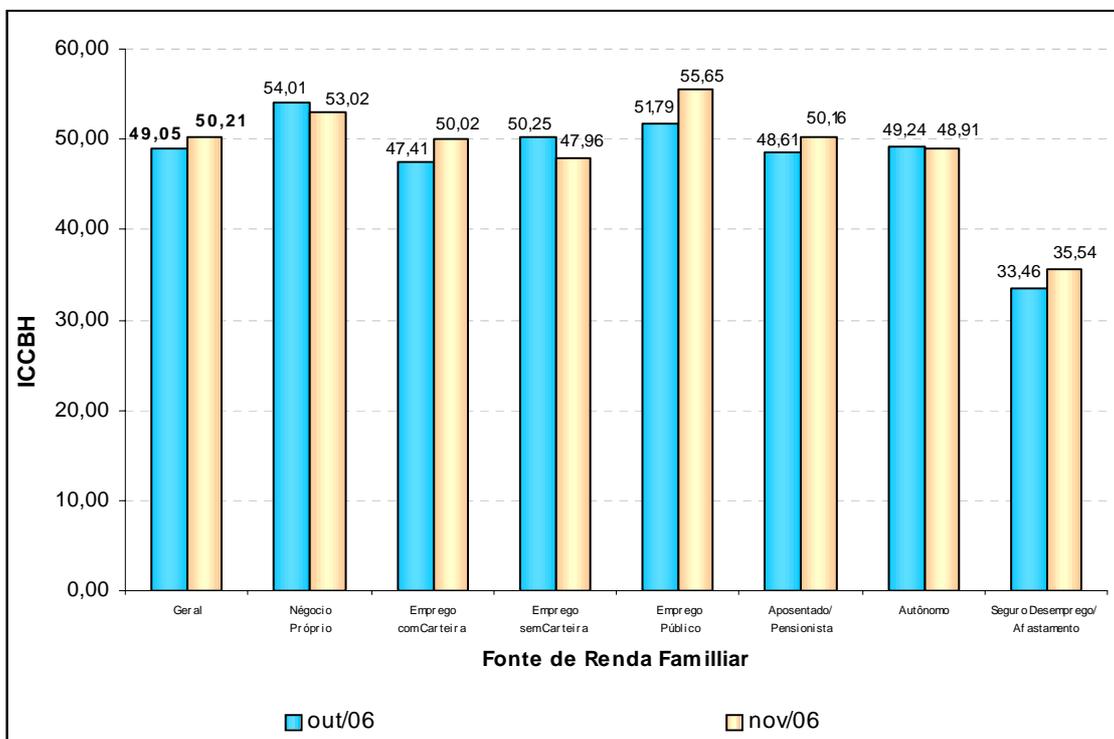


Gráfico 7: ICCBH segundo Faixa Etária

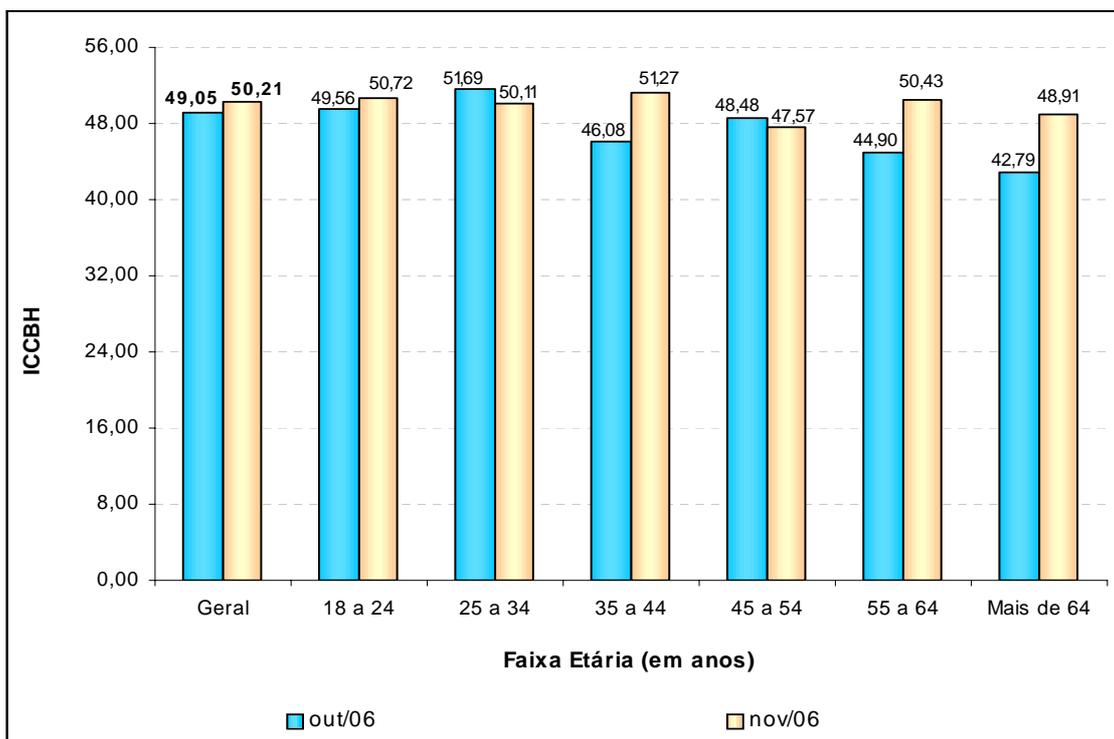
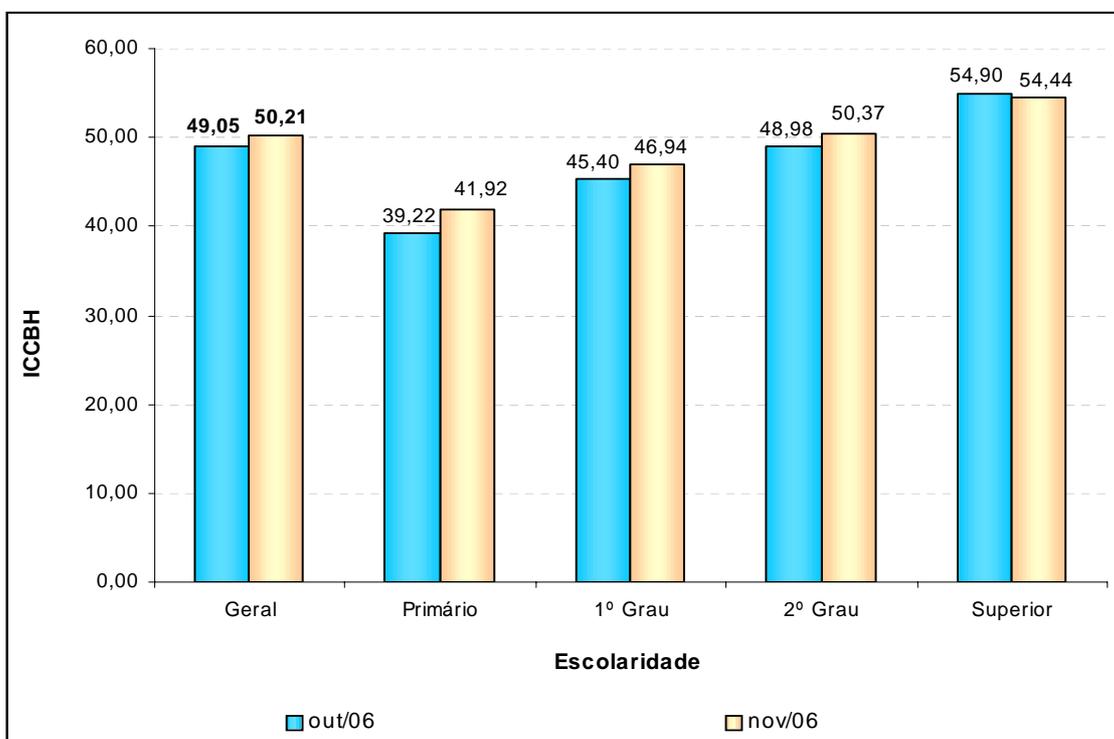


Gráfico 8: ICCBH segundo Escolaridade



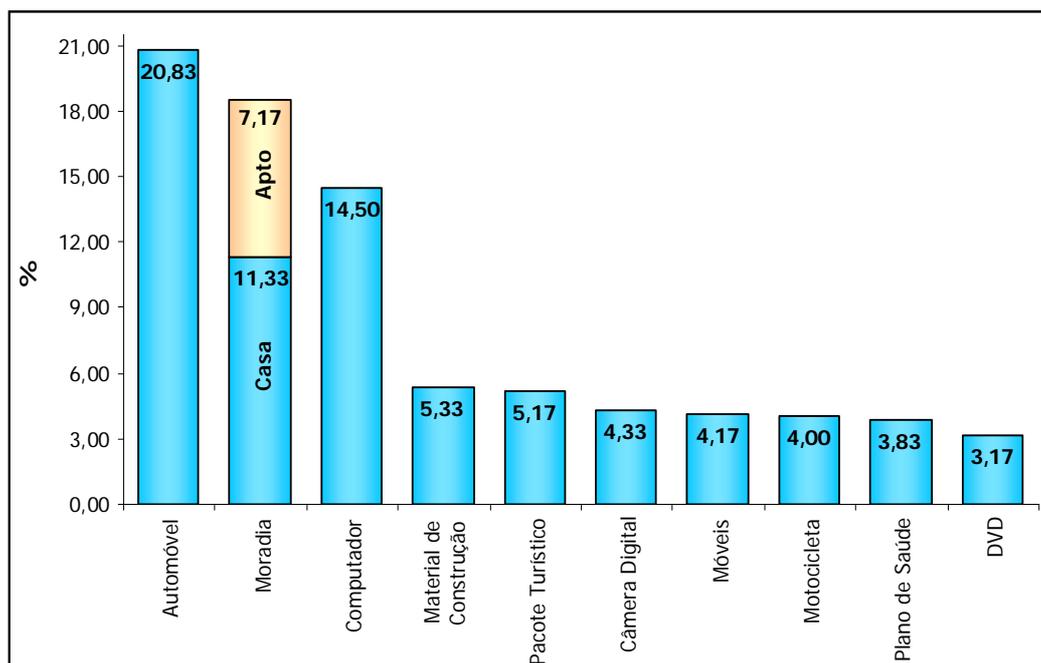
ICCBH – PRETENSÃO DE COMPRA

Tabela 3: ICCBH – Hierarquização da pretensão de compra (Outubro/06 e Novembro/06)

Hierarquização de Outubro/06				Hierarquização de Novembro/06			
Descrição	Nº de Respostas	% ¹	Tempo ²	Descrição	Nº de Respostas	% ¹	Tempo ²
Automóvel	155	25,83	6	Automóvel	125	20,83	6
Moradia	103	17,16	6	Moradia	111	18,50	Acima de 6
<i>Casa</i>	59	9,83	6	<i>Casa</i>	68	11,33	Acima de 6
<i>Apartamento</i>	44	7,33	6	<i>Apartamento</i>	43	7,17	6
Computador	79	13,17	6	Computador	87	14,50	6
Câmera Digital	39	6,50	5	Material de Construção	32	5,33	4
Material de Construção	35	5,83	5	Pacote Turístico	31	5,17	5
Móveis	35	5,83	6	Câmera Digital	26	4,33	5
Pacote Turístico	31	5,17	6	Móveis	25	4,17	5
Motocicleta	29	4,83	6	Motocicleta	24	4,00	6
DVD	24	4,00	4	Plano de Saúde	23	3,83	5
Geladeira	23	3,83	5	DVD	19	3,17	4
Fogão	20	3,33	4	Telefone Celular	16	2,67	3
Plano de Saúde	19	3,17	5	Televisor	16	2,67	5
Televisor	17	2,83	4	Geladeira	14	2,33	5
Microondas	14	2,33	4	Máquina de Lavar	13	2,17	4
Máquina de Lavar	13	2,17	6	Fogão	10	1,67	3
Lote	12	2,00	Acima de 6	Lote	10	1,67	6
Telefone Celular	12	2,00	4	Aparelho de Som / Micro System	7	1,17	5
Aparelho de Som/Micro System	9	1,50	5	Microondas	7	1,17	4

¹ Percentual em relação ao total de entrevistados
² Tempo médio, em meses, previsto para compra

Gráfico 9: ICCBH – As 10 maiores pretensões de compra



CONTAS EM ATRASO

Gráfico 10: Contas em atraso

Descrição	Casos	%
Energia Elétrica	82	36,94
Telefone Fixo	52	23,42
Cartão de Crédito	44	19,82
Cartão de Lojas	42	18,92
Água	39	17,57
Prestação	31	13,96
Cheque Especial	24	10,81
Escola/Faculdade	13	5,86
IPTU	9	4,05
Condomínio	7	3,15
Telefone Celular	6	2,70
Plano de Saúde	5	2,25
Aluguel	3	1,35

EXPEDIENTE

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS DE MINAS GERAIS (IPEAD/UFMG)

Presidente: Prof. Clélio Campolina Diniz

Diretor: Prof. Antônio Carlos Ferreira Carvalho

Diretor Adjunto: Prof. Wanderley Ramalho

Editores: Alexandre Moisés de Sena

Eduardo Eustáquio Antunes

Juliana Aparecida Ribeiro

Prof. Wanderley Ramalho

Sede: Rua Curitiba 832, 12º andar, Centro – Belo Horizonte (MG) – CEP: 30.170-120 – Tel.: (31) 3279-9110 – Fax: (31) 3279-9140

Unidade Centro: Rua Rio de Janeiro 441, 6º andar, Centro – Belo Horizonte (MG) – CEP: 30.160-041 - Tel.: (31) 2125-0800 –

Fax: (31) 2125-0820

Home-Page: www.ipead.face.ufmg.br

E-mail: ipead@ipead.face.ufmg.br

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DO ESTADO DE MINAS GERAIS

Presidente: Renato Rossi

Superintendente: Nilo Marciano Oliveira Júnior

Departamento de Economia: Silvânia de Araújo

Eduardo Ângelo Dias

Vinícius Carlos da Silva

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