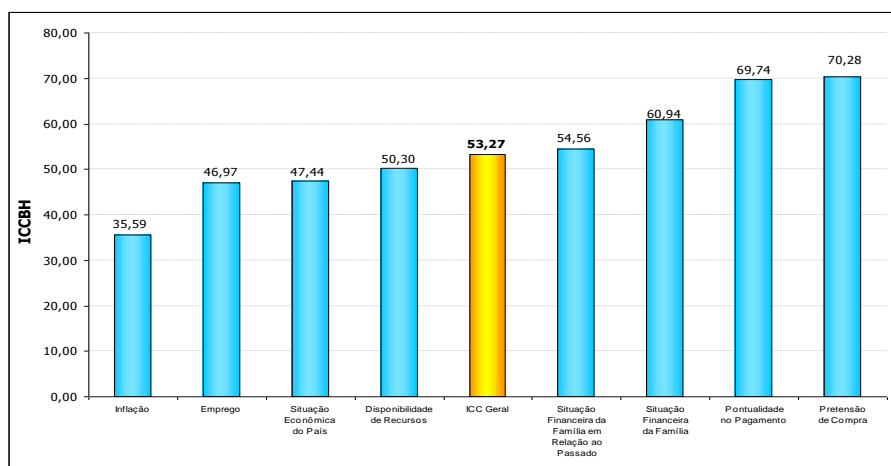


ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE BELO HORIZONTE

Novembro de 2011 – Número 90

O Índice de Confiança do Consumidor¹ (ICC) de Belo Horizonte de novembro de 2011 alcançou 53,27 pontos, acima portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de outubro/11, observou-se um aumento de 1,10%, acumulando uma variação positiva de 3,50% ao longo do ano de 2011.

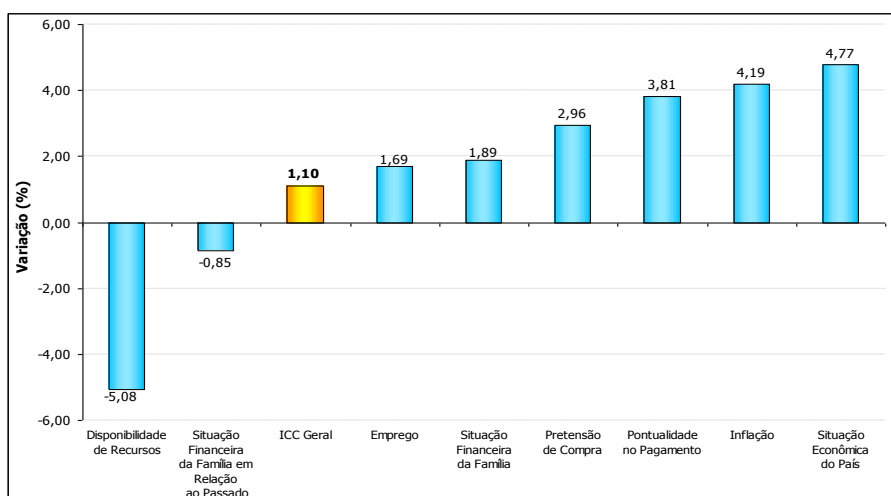
Gráfico 1: Belo Horizonte, itens componentes do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), Novembro/2011



Fonte: Fundação IPEAD/UFMG

A avaliação do grupo Índice de Expectativa Econômica (IEE) apresentou um aumento de 3,18%, em comparação ao mês anterior, assim como o Índice de Expectativa Financeira (IEF), que também apresentou aumento de 0,08%. O item *Disponibilidade de Recursos* apresentou a maior variação negativa mensal, de 5,08%.

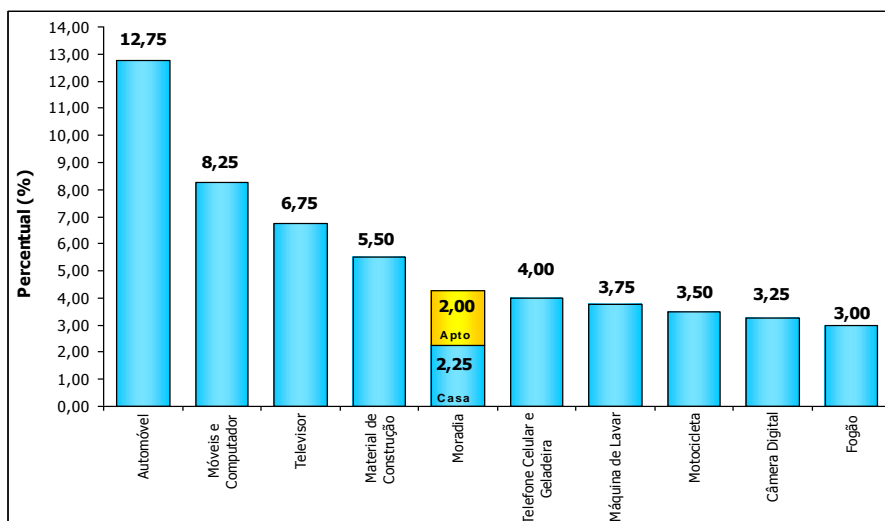
Gráfico 2: Belo Horizonte, variações do Índice de Confiança do Consumidor (Novembro-11 / Outubro-11)



Fonte: Fundação IPEAD/UFMG

¹ Indicador que sintetiza a opinião dos consumidores de Belo Horizonte quanto aos aspectos capazes de afetar as suas decisões de consumo atual e futuro. Neste sentido, o ICC funciona como um indicador antecedente das atividades econômicas particularmente importante para o planejamento de estoques e investimentos no comércio varejista da capital mineira.

Gráfico 3: Belo Horizonte, os dez itens mais citados na pretensão de compra, Novembro/2011



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O item *Pretensão de Compra* apresentou um aumento, em relação a outubro/11, de 2,96%. Os itens que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores desejam adquirir são: *Automóvel* (12,75%), *Móveis e Computador* (8,25%), *Televisor* (6,75%), *Material de Construção* (5,50%) e *Moradia* (4,25%), conforme mostrado no GRÁF. 3.

O item *Pontualidade no Pagamento* teve um aumento de 3,81% em comparação ao mês anterior. No GRÁF. 4 verifica-se que os maiores percentuais de atraso no pagamento foram em *Cartão de Crédito* (36,44%), *Energia Elétrica* (29,66%), *Água* (18,64%), seguido de, *Outras despesas* (16,10%) e *Telefone Fixo* (14,41%).

Gráfico 4: Belo Horizonte, percentual de contas em atraso, Novembro/2011

Descrição	Casos	%
Cartão de Crédito	43	36,44
Energia Elétrica	35	29,66
Água	22	18,64
Outras	19	16,10
Telefone Fixo	17	14,41
Aluguel	15	12,71
Prestações	15	12,71
Cartão de Lojas	14	11,86
Cheque Especial	8	6,78
Escola/Faculdade	5	4,24
Telefone Celular	3	2,54
Condomínio	2	1,69

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Tabela 1: Belo Horizonte, evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), Novembro/2011

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	138,86	1,10	3,50	1,93
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	193,50	3,18	3,51	-0,29
Situação Econômica do País	151,17	4,77	0,34	-4,10
<i>Atual</i>	182,51	5,36	0,00	-5,98
<i>Daqui Seis Meses</i>	132,11	4,24	0,62	-2,41
Inflação	109,92	4,19	-8,95	-10,13
<i>Atual</i>	126,38	7,17	-8,81	-11,13
<i>Daqui Seis Meses</i>	98,87	1,68	-9,08	-9,17
Emprego	360,51	1,69	11,25	6,75
<i>Atual</i>	1109,31	2,40	13,69	7,90
<i>Daqui Seis Meses</i>	222,92	1,04	9,08	5,68
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	121,42	0,08	3,51	3,11
Situação Financeira da Família	122,53	1,89	4,33	5,82
<i>Atual</i>	130,51	2,88	3,35	3,35
<i>Daqui Seis Meses</i>	117,71	1,04	5,17	7,96
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	123,17	-0,85	2,10	2,58
<i>Comparado com o mês passado</i>	118,77	-1,39	0,47	1,66
<i>Comparado com seis meses atrás</i>	127,41	-0,32	3,71	3,48
Pretensão de Compra	124,65	2,96	2,36	0,04
Pontualidade no Pagamento	112,66	3,81	5,14	-1,37
Disponibilidade de Recursos	126,04	-5,08	2,67	5,92

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Tabela 2: Belo Horizonte, pretensão de compra, estratificada por sexo, Novembro/11

Mulheres	Homens
58,77% pretendem comprar	54,50% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º Automóvel e Móveis = 10,43%	1º Automóvel = 15,34%
2º Computador = 9,00%	2º Televisor = 8,47%
3º Material de construção = 6,16%	3º Computador = 7,41%
4º Geladeira, máquina de lavar e TV = 5,21%	4º Móveis = 5,82%
5º Moradia = 4,74%	5º Motocicleta = 5,29%
Casa = 2,37% e Apto = 2,37%	

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

DETALHES DA PESQUISA

- As respostas variam em uma escala de 0 a 100, em que 0 representa Pessimismo Total e 100 representa Otimismo Total.
- São entrevistados mensalmente 400 consumidores que frequentemente compram em BH.
- A margem de erro da pesquisa é de 1,34.
- A pesquisa de campo ocorreu entre os dias 26/10/11 e 25/11/11.

EXPEDIENTE

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS
E CONTÁBEIS DE MINAS GERAIS

Sede: Av. Pres. Antônio Carlos 6.627, Pampulha – Faculdade Ciências Econômicas – 2º Andar – CEP: 31.270-901 – BH/MG – Tel.: (31) 3409-7110

Unidade Centro: Rua Rio de Janeiro 441, 6º andar, Centro – CEP: 30.160-041 BH/MG – Tel.: (31) 2125-0800 – **Site:** www.ipead.face.ufmg.br

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO
ESTADO DE MINAS GERAIS

Sede: Rua Curitiba 561, Centro – CEP: 30.170-120 – BH/MG
Tel.: (31) 3270-3322

Site: www.fecomerciomg.org.br