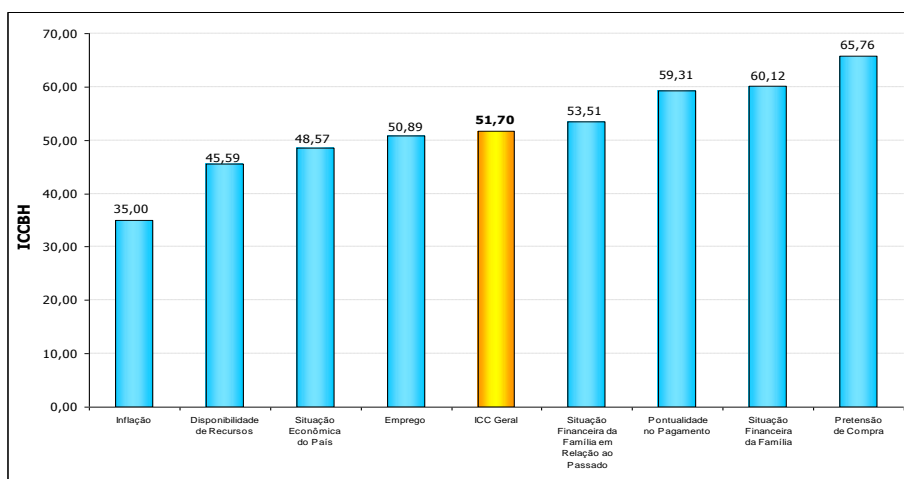


ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE BELO HORIZONTE

Novembro de 2012 – Número 102

O Índice de Confiança do Consumidor¹ (ICC) de Belo Horizonte de novembro de 2012 alcançou 51,70 pontos, acima, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de outubro/12, observou-se uma queda de 0,82%, acumulando uma variação negativa de 2,95% ao longo do ano de 2012.

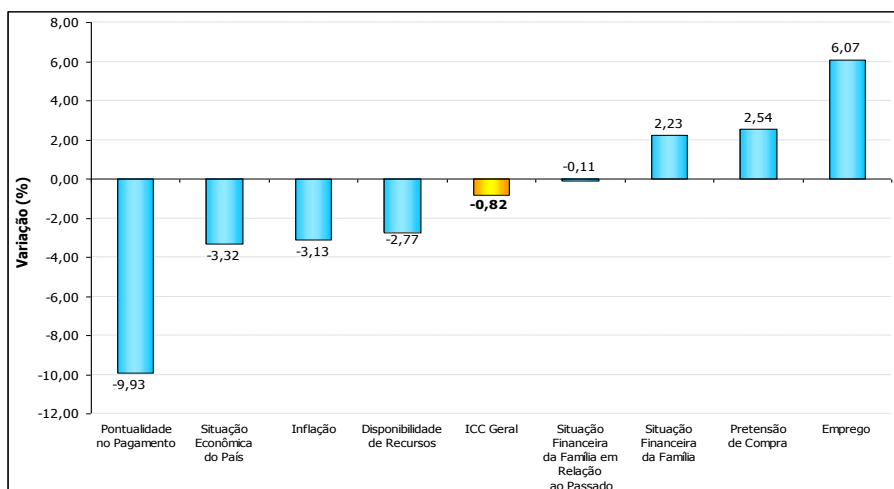
Gráfico 1: Belo Horizonte, itens componentes do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), Novembro/2012



Fonte: Fundação IPEAD/UFMG

A avaliação do grupo Índice de Expectativa Econômica (IEE) apresentou um aumento de 1,21% em comparação ao mês anterior, ao contrário do Índice de Expectativa Financeira (IEF), o qual apresentou uma queda de 1,96%. O item *Emprego* foi o *que* apresentou maior variação positiva mensal, igual a 6,07%.

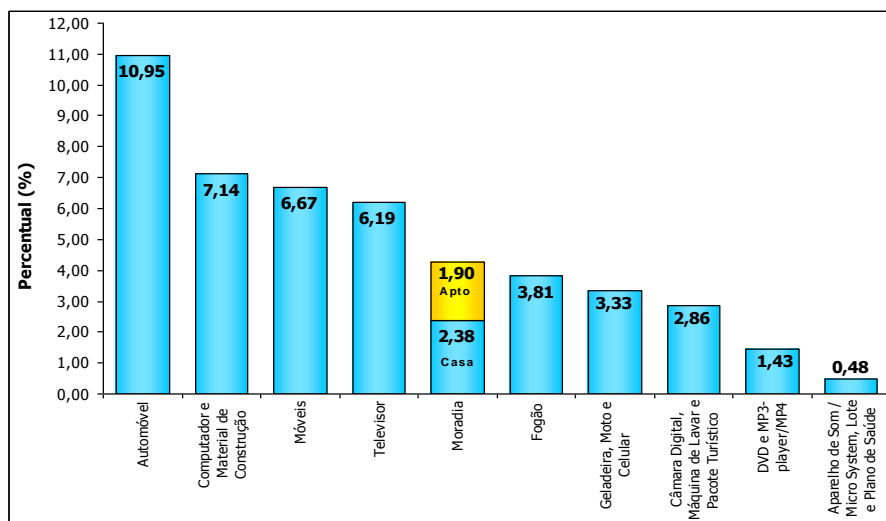
Gráfico 2: Belo Horizonte, variações do Índice de Confiança do Consumidor (Novembro-12 / Outubro-12)



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/2012



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O item *Pretensão de Compra* apresentou um aumento, em relação a outubro/12, de 2,54%. Os itens que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores desejam adquirir são: *Automóvel* (10,95%), *Computador e Material de Construção* (ambos com 7,14%), *Móveis* (6,67%), *Televisor* (6,19%) e *Moradia* (4,28%), conforme mostrado no GRÁF. 3.

O item *Pontualidade no Pagamento* teve uma queda de 9,93% em comparação ao mês anterior. No GRÁF. 4 verifica-se que os maiores percentuais de atraso no pagamento foram em *Cartão de Crédito* (39,76%), *Energia Elétrica* (34,94%), *Prestações* (21,69%), seguido de *Água* (15,66%), *Aluguel* e *Cartão de Lojas* (ambos com 14,46%).

Gráfico 4: Belo Horizonte, percentual de contas em atraso, Novembro/2012

Descrição	Casos	%
Cartão de Crédito	33	39,76
Energia Elétrica	29	34,94
Prestação	18	21,69
Água	13	15,66
Aluguel	12	14,46
Cartão de Lojas	12	14,46
Outras	11	13,25
Telefone Fixo	8	9,64
Cheque Especial	5	6,02
Telefone Celular	3	3,61
Condomínio	2	2,41
IPTU	2	2,41
Escola/Faculdade	1	1,20
IPVA	1	1,20
Seguros Diversos	1	1,20

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Tabela 1: Belo Horizonte, evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), Novembro/2012

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	134,77	-0,82	-2,95	-2,95
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	202,40	1,21	4,58	4,60
Situação Econômica do País	154,78	-3,32	5,52	2,38
<i>Atual</i>	190,27	-3,98	8,25	4,25
<i>Daqui Seis Meses</i>	133,10	-2,72	3,17	0,75
Inflação	108,10	-3,13	2,19	-1,66
<i>Atual</i>	123,49	-3,83	4,12	-2,29
<i>Daqui Seis Meses</i>	97,76	-2,52	0,54	-1,12
Emprego	390,59	6,07	4,65	8,35
<i>Atual</i>	1166,01	3,10	4,10	5,11
<i>Daqui Seis Meses</i>	248,26	8,84	5,15	11,36
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	113,14	-1,96	-6,80	-6,82
Situação Financeira da Família	120,88	2,23	3,21	-1,35
<i>Atual</i>	126,96	2,03	2,43	-2,72
<i>Daqui Seis Meses</i>	117,51	2,41	3,86	-0,17
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	120,80	-0,11	-3,74	-1,92
<i>Comparado com o mês passado</i>	114,71	-2,04	-3,20	-3,42
<i>Comparado com seis meses atrás</i>	126,77	1,76	-4,24	-0,50
Pretensão de Compra	116,64	2,54	-7,25	-6,43
Pontualidade no Pagamento	95,81	-9,93	-13,59	-14,96
Disponibilidade de Recursos	114,24	-2,77	-13,23	-9,36

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Tabela 2: Belo Horizonte, pretensão de compra, estratificada por sexo, Novembro/2012

Mulheres	Homens
58,72% pretendem comprar	56,44% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Móveis = 11,01%	1º) Automóvel = 14,85%
2º) Computador e Material de Construção = 8,26%	2º) Computador e Material de Construção = 5,94%
3º) Automóvel e Televisor = 7,34%	3º) Televisor = 4,95%
4º) Câmara Digital e Máquina de Lavar = 4,59%	4º) Motocicleta, Fogão e Geladeira = 3,96%
5º) Moradia = 4,59%	5º) Moradia = 3,96%
Casa = 2,75% e Apto = 1,83%	Casa = 1,98% e Apto = 1,98%

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 210 consumidores que frequentemente compram em BH.
- A margem de erro da pesquisa é de 1,85.
- A pesquisa de campo ocorreu entre os dias 29/10/12 e 26/11/12.

EXPEDIENTE

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

 FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO
 ESTADO 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

Sede: Rua Curitiba 561, Centro – CEP: 30.170-120 – BH/MG
 Tel.: (31) 3270-3324 / (31) 3270-3320

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
Site: www.fecomerciomg.org.br