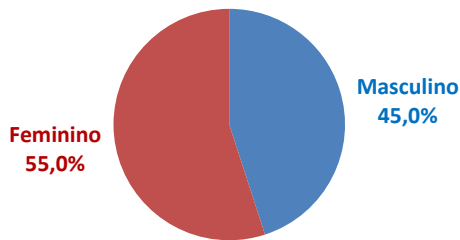


A Pesquisa de Orçamento Doméstico de Belo Horizonte é um balizador do comportamento das famílias, relativo aos seus compromissos correntes e financeiros. A falta de planejamento, diante dos gastos rotineiros aliados aos movidos por impulso/oportunidade, pode desencadear um desequilíbrio que acaba por impactar na saúde financeira de diversas cadeias de negócios. A Fecomércio MG realiza este trabalho com objetivo de traçar o quadro da atual situação das famílias e do consumidor em relação ao seu orçamento domiciliar, ou seja, sua postura de organização e planejamento de sua renda familiar.

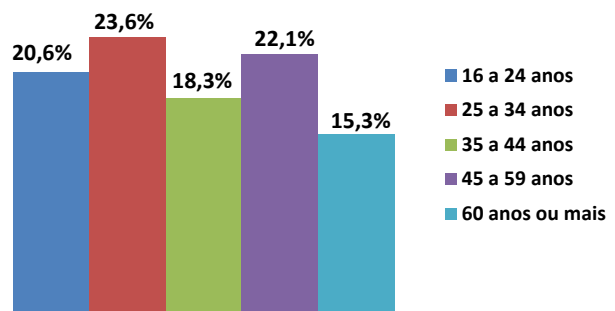
398 questionários entre os dias 17 a 21 de Novembro

**Características da amostra**

**Gênero dos entrevistados**

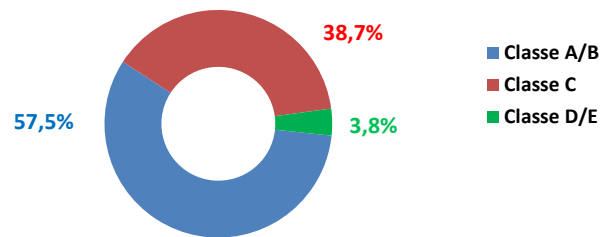


**Faixa etária**

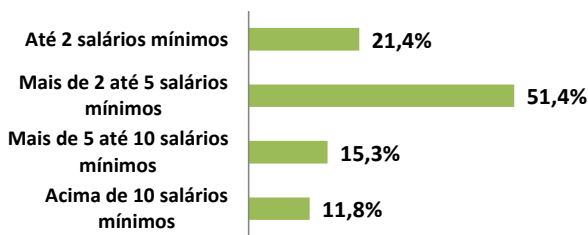


Grupo de Escolaridade	%
Até 4ª Série	9,6%
De 5ª a 8ª Série	10,8%
2º Grau Incompleto e Completo	52,1%
Superior Incompleto ou Mais	27,5%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

**Classificação Social de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil**

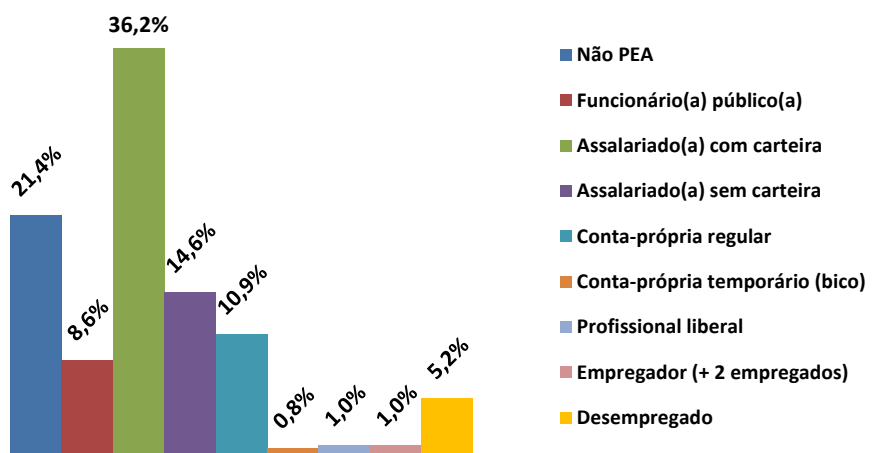


**Renda Familiar**

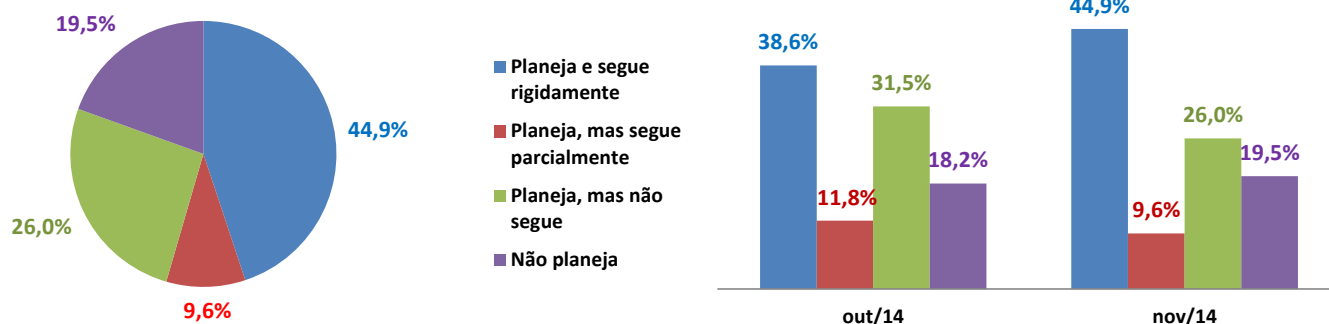


**Ocupação**

**72,8% dos entrevistados realiza algum trabalho remunerado em Belo Horizonte**



Planejamento dos gastos



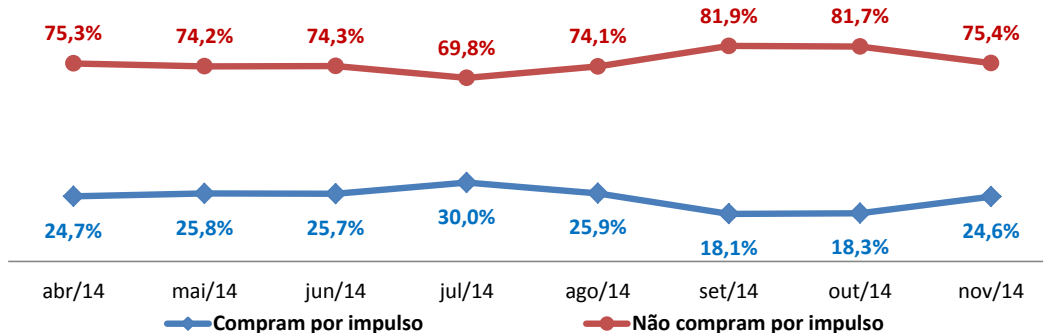
No que diz respeito às atitudes adotadas para o planejamento do orçamento doméstico, os consumidores que afirmaram ter uma postura mais rígida (planeja e segue rigidamente) representou 44,9% das respostas, acima dos 38,6% apurados em Outubro/14.

Com relação ao planejamento não eficiente, em Novembro/14 o percentual de consumidores que planejaram e seguiram parcialmente, correspondeu a 9,6% dos entrevistados, apresentando um recuo em relação a Outubro/14. Os que planejam o orçamento mensal, mas não conseguem seguir representaram 26,0% apresentando um recuo em relação ao mês anterior.

Já os que não planejam o seu orçamento mensal representaram 19,5%, apresentando um aumento em relação a Outubro/14.

Descrição	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14
Planejam os gastos	69,7%	66,8%	70,0%	67,3%	81,3%	81,3%	81,9%	80,5%
Não planejam	30,3%	33,2%	30,0%	32,5%	18,6%	18,6%	18,2%	19,5%

Hábito de compra



75,4% dos entrevistados não compram por impulso, valor abaixo do apurado em Outubro/14 (81,7%).

Situação Financeira do Consumidor

Situações	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14
Consigo planejar meu orçamento familiar e ainda sobra algum dinheiro	40,6%	37,9%	42,1%	52,5%	51,3%	56,4%	65,0%
Consigo pagar as minhas contas em dia mas não me sobra nada	54,5%	60,0%	52,3%	45,1%	46,3%	2,7%	0,9%
Sempre tenho que recorrer a algum tipo de financiamento (cheque, cartão, etc) para cobrir meus gastos	4,3%	2,1%	5,0%	2,4%	1,5%	38,4%	33,5%
Sempre recorro a algum tipo de financiamento, mas ainda assim fico devendo	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,3%
Não recorro a nenhum tipo de financiamento, mas devo muito	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,9%	1,1%	0,3%

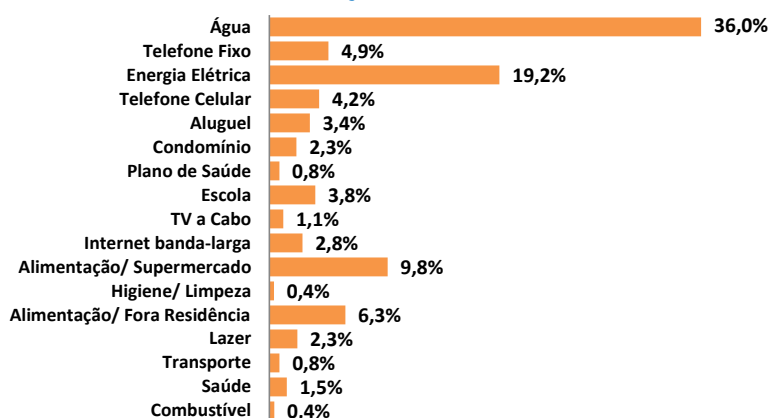
Belo Horizonte - Novembro/14

Dos consumidores entrevistados, aqueles que conseguiram pagar as contas em dia, mas não sobrou nenhum recurso representou 0,9% em Novembro/14 ante a 2,7% em Outubro/14. Já os consumidores que conseguiram planejar o orçamento familiar e ainda sobrou algum dinheiro, representaram 65,0% em Novembro/14 frente a 56,4% em Outubro/14.

Os consumidores que recorrem a algum tipo de financiamento, tais como cartão de crédito, cheque especial, para cobrir seus gastos representaram 33,5% em Novembro/14 ante a 38,4% no mês anterior. Os que não recorrem a nenhum tipo de financiamento, mas deve muito representaram 0,3% em Novembro/14 ante a 1,1% em Outubro/14, e os que sempre recorrem a algum tipo de financiamento, mas ainda assim não conseguem quitar suas dívidas representaram 0,3% em Novembro/14 ante a 1,4% em Outubro/14.

Despesas Correntes

As despesas correntes que mais pesam no orçamento



A alimentação para os consumidores apresentou recuo em Novembro/14 com 9,8%, em Outubro/14, o peso deste item nas despesas correntes apresentou 11,0% das respostas.

A tarifa de água nas despesas correntes correspondeu a 36,0% em Novembro/14 frente a 34,2% do peso das despesas correntes em Outubro/14, a seguir a energia elétrica apresentou recuo no peso das despesas correntes em Novembro/14 com 19,2% das respostas. O peso das despesas com telefone fixo apresentou um aumento em Novembro/14, representando 4,9% frente a 2,7% em Outubro/14.

Despesas correntes são as que fazem parte do orçamento, ou seja, as despesas com os bens e serviços de primeira necessidade, essenciais para a rotina das pessoas.

Despesas	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14
Água	29,6%	24,5%	26,7%	39,6%	27,6%	28,3%	34,2%	36,0%
Telefone Fixo	7,2%	6,6%	6,4%	4,9%	7,5%	9,5%	2,7%	4,9%
Energia Elétrica	17,0%	15,2%	22,1%	11,0%	18,3%	18,3%	20,3%	19,2%
Telefone Celular	2,9%	3,3%	3,7%	2,2%	5,0%	5,5%	3,5%	4,2%
Aluguel	3,7%	5,3%	4,5%	5,8%	4,4%	3,1%	5,2%	3,4%
Condomínio	1,3%	1,1%	2,8%	1,9%	3,0%	1,9%	2,4%	2,3%
Plano de Saúde	2,0%	2,1%	1,8%	2,5%	1,2%	1,5%	1,1%	0,8%
Escola	4,6%	5,8%	3,7%	3,6%	6,1%	3,6%	3,9%	3,8%
TV a Cabo	0,5%	0,4%	0,7%	0,5%	0,6%	2,5%	0,7%	1,1%
Internet banda-larga	0,8%	1,8%	1,8%	2,7%	2,2%	3,3%	3,4%	2,8%
Alimentação/ Supermercado	20,2%	19,9%	14,5%	17,6%	14,7%	14,9%	11,0%	9,8%
Higiene/ Limpeza	1,3%	0,4%	0,7%	0,0%	0,0%	0,2%	0,6%	0,4%
Alimentação/ Fora Residência	4,5%	5,9%	4,6%	1,6%	5,0%	4,1%	4,2%	6,3%
Lazer	1,1%	4,9%	4,4%	2,7%	1,3%	1,0%	4,3%	2,3%
Transporte	1,5%	0,6%	0,7%	1,1%	1,0%	0,5%	1,0%	0,8%
Saúde	1,0%	0,2%	0,5%	1,4%	1,3%	1,2%	1,0%	1,5%
Combustível	0,9%	1,8%	0,6%	0,8%	0,7%	0,5%	0,2%	0,4%

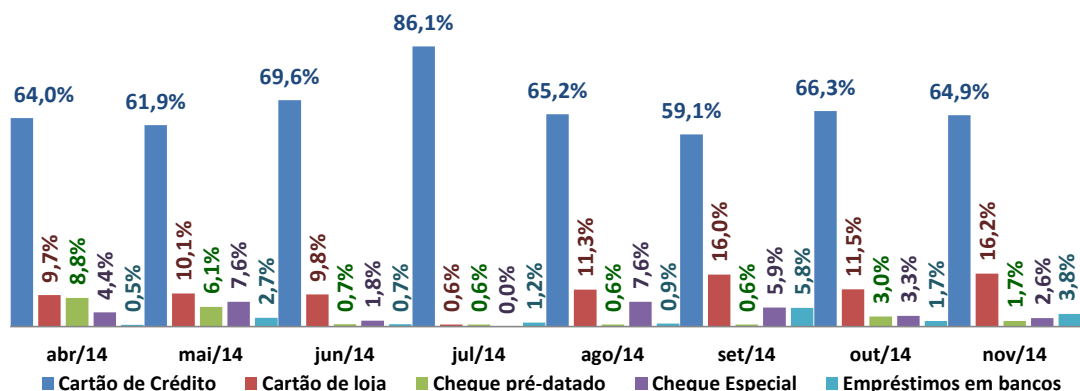
Situação Financeira do Consumidor

Os compromissos financeiros referem-se aos empréstimos e financiamentos de todas as modalidades ofertadas no mercado.

Compromissos	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14
Cartão de Crédito	61,9%	69,6%	86,1%	65,2%	59,1%	66,3%	64,9%
Cheque pré-datado	6,1%	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%	3,0%	1,7%
Cheque Especial	7,6%	1,8%	0,0%	7,6%	5,9%	3,3%	2,6%
Cartão de loja	10,1%	9,8%	0,6%	11,3%	16,0%	11,5%	16,2%
Empréstimos em financeiras	2,0%	0,3%	1,2%	1,6%	0,3%	3,4%	3,2%
Empréstimos em bancos	2,7%	0,7%	1,2%	0,9%	5,8%	1,7%	3,8%
Financiamento de carro	5,9%	10,2%	6,6%	5,0%	4,8%	4,9%	3,5%
Financiamento de casa	1,6%	5,8%	2,5%	3,4%	3,8%	1,4%	1,8%
Carnê de loja	0,3%	1,1%	0,6%	2,5%	3,7%	2,3%	2,0%
Dívida com terceiros/ familiares	1,8%	0,0%	0,6%	1,9%	-	-	-
Turismo/ Viagens	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-	2,2%	-

O Cartão de Crédito em Novembro/14 representou 64,9% do peso dos compromissos financeiros no orçamento doméstico registrando um recuo em relação ao mês de Outubro/14, quando correspondeu a 66,3%. Cartões de Loja apresentaram um aumento com 16,2% frente a 11,5% da pesquisa anterior. O Cheque pré-datado correspondeu a 1,7% ante a Outubro/14, quando correspondeu a 3,0%, o Cheque Especial correspondeu a 2,6% representando um recuo em relação ao mês anterior. Os Empréstimos em Bancos representaram 3,8% do peso dos compromissos financeiros em relação ao mês de Outubro/14.

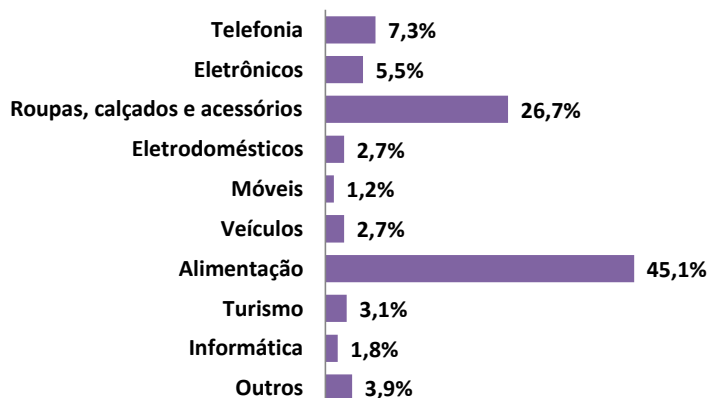
Evolução dos compromissos financeiros



Os Cartões de Crédito e Cartões de Lojas em Novembro/14 representaram 81,1% dos compromissos financeiros que mais pesam no orçamento familiar.

Grupos de Consumo

Grupos de produtos e serviços mais consumidos

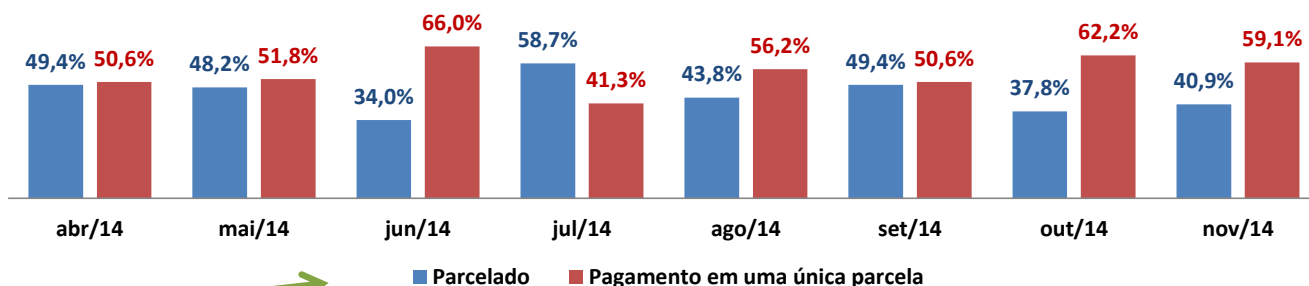


A alimentação no mês de Novembro/14 representou 45,1% dos grupos de serviços mais procurados para o consumo abaixo do representado em Outubro/14 com 54,1%, as compras com roupas, calçados e acessórios representaram 26,7% frente a 21,2% em Outubro/14.

As compras com eletrônicos em Novembro/14 representaram (5,5%) da participação nas compras dos consumidores, as compras com Telefonia representaram (7,3%) ante a Outubro/14 com (10,1%) das respostas. O consumo com Informática representou (1,8%), Eletrodomésticos (2,7%), Móveis (1,2%), Turismo (3,1%) e Veículos com (2,7%) das respostas em Novembro/14.

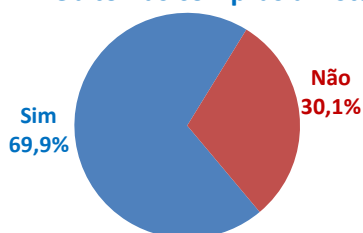
Comportamento do consumidor

Qual a forma de pagamento preferida para as suas compras com o Cartão de Crédito?

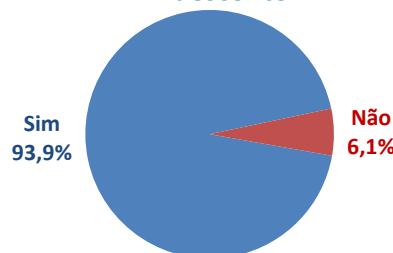


A opção por parcelamento no Cartão de Crédito é estimulada pela parcela sem juros, aliado a prazos mais dilatados.

Substitui o dinheiro ou cheque pelo Cartão de Débito nas compras à vista

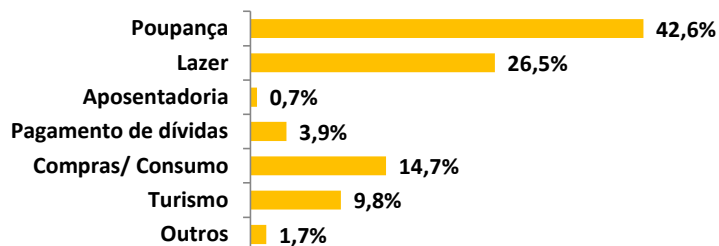


Preferiria comprar à vista em caso de desconto



Uso dos recursos excedentes

Destino do recurso que sobra mensalmente



Com os recursos excedentes 26,5% dos respondentes afirmaram que investem em lazer, o que é um indicativo da busca pela qualidade de vida. Realizar compras/ consumo aparece com 14,7% em Novembro/14 ante a 18,4% em Outubro/14. E para 42,6% dos entrevistados este recurso extra é destinado ao investimento na Poupança, representando um aumento em comparação aos 36,3% registrados em Outubro/14.

Descrição	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14
Poupança	29,9%	29,9%	29,9%	39,2%	32,2%	35,0%	36,3%	42,6%
Lazer	29,6%	27,9%	35,0%	25,1%	28,9%	31,0%	29,6%	26,5%
Aposentadoria	1,3%	0,6%	0,8%	0,3%	1,0%	2,5%	0,7%	0,7%
Pagamento de dívidas	13,5%	10,1%	5,1%	8,8%	10,9%	6,9%	4,0%	3,9%
Compras/ Consumo	23,6%	30,4%	25,8%	20,8%	17,0%	19,0%	18,4%	14,7%
Turismo	2,1%	1,1%	2,8%	2,6%	9,4%	5,3%	8,5%	9,8%

Medidas para cobrir as despesas

Quando ocorre “furo no orçamento”, ou seja, quando a renda não é suficiente para cobrir as despesas, uma das ações adotadas, com 40,4% das respostas, é enxugar a cesta de consumo, com o corte de itens e serviços considerados supérfluos. Isso demonstra atenção dos consumidores aos itens de primeira necessidade, interferindo nos hábitos como opção por marcas diferentes e substituição de produtos. Os que deixam de pagar alguma conta ou prestação corresponderam a 19,0% e os que lançam mão de algum tipo de poupança/ aplicação, que representam 27,0% dos entrevistados.

Quando o orçamento não cobre tudo, medidas que são tomadas



Descrição	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14
Deixa de pagar alguma conta ou prestação	26,7%	21,2%	26,5%	21,1%	23,1%	13,0%	20,3%	19,0%
Deixa de consumir alguma coisa supérflua	51,5%	60,8%	48,0%	31,8%	34,4%	34,3%	45,4%	40,4%
Utiliza poupança/ aplicação	9,9%	9,0%	14,6%	20,4%	23,1%	25,4%	22,2%	27,0%
Toma empréstimo com algum familiar ou de terceiros	6,1%	3,9%	3,6%	14,7%	12,8%	22,8%	11,6%	10,4%
Toma empréstimos em bancos e/ ou financeiras	3,1%	3,5%	2,3%	3,3%	2,8%	1,4%	0,0%	2,7%
Realiza serviços extras	2,7%	1,6%	5,0%	8,7%	3,8%	2,4%	0,5%	0,6%
Deixa de pagar algum imposto	0,0%	0,0%	-	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	-

Metodologia

A metodologia utilizada para a pesquisa foi aplicação de questionários (survey). Este tipo de investigação não se resume a fazer perguntas e contar respostas, mas utiliza técnicas específicas que se encaixam nas normas gerais da pesquisa. Para a coleta de dados, foi aplicado questionário estruturado. Amostra estratificada da população do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais de acordo com sexo, grupo de idade e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova). As cotas de sexo e idade, estratificadas por regiões de Belo Horizonte foram baseadas no Censo 2010 do IBGE. Foram entrevistadas 398 pessoas, no período de 17 a 21 de Novembro de 2014. As entrevistas foram individuais, o intervalo de confiança da amostra foi de 95% com uma margem de 5,0 pontos percentuais dos resultados.



<b>Equipe Técnica</b> <b>Estudos Econômicos</b>	
Responsável	Gabriel de Andrade Ivo
Analista de Economia	Caio César Soares Gonçalves
Analista de Pesquisa	Luana Thamiris da Silva de Oliveira
Assistente Administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Daylla Themis Vilefort Campos Sato
	Karen Martins Falcão Vieira
	Marcos Vinícius Martins de Sousa
	Sabrina Cristina Sousa Santos
Estagiário	Vinícius Alves Silva Madeira