

Belo Horizonte - 1º trimestre/15

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 gastos 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 trimestralmente 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.

Em um cenário de inflação alta e baixa perspectiva de melhora na economia ao longo do ano, saber como e onde os consumidores estão gastando sua renda é de extrema importância para os empresários do comércio de bens, serviços e turismo da capital.



70,8% dos consumidores afirmaram que planejaram os gastos no primeiro trimestre de 2015, 8,3 p.p. a menos do que o apurado no trimestre anterior. Em relação ao mesmo período do ano passado, houve uma elevação de 1,5 p.p..

Essa diferença nos dados pode ser justificada pelo fato dos consumidores estarem sentindo no bolso os efeitos do cenário econômico atual. Com a elevação constante dos preços de alguns produtos e taxas somado ao não costume de planejar e seguir rigidamente os gastos, fazem com que esses consumidores percam o controle de suas contas. No primeiro trimestre desse ano 29,4% dos entrevistados disseram planejar e seguir rigidamente o orçamento. Porém, o percentual de consumidores que não planejam o seu orçamento é significativo, 29,2%. Esses consumidores são os mais propensos a perderem o controle das contas e ficarem inadimplentes.

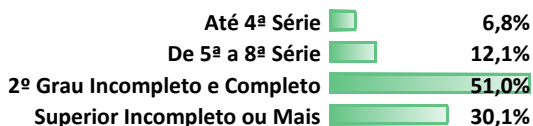
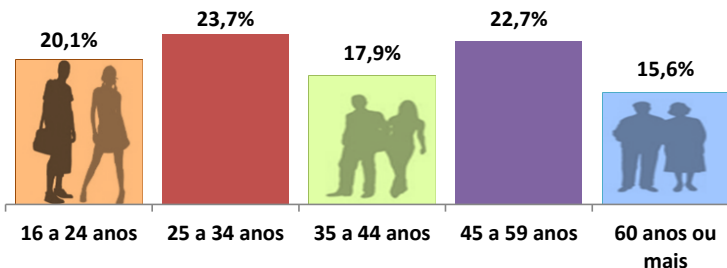
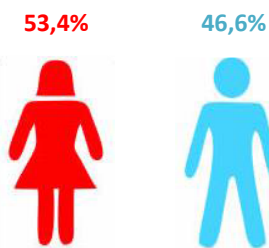


47,7% dos consumidores belorizontinos consumiram em primeiro lugar itens de alimentação, no entanto, ela não foi a despesa corrente que mais pesou no orçamento.

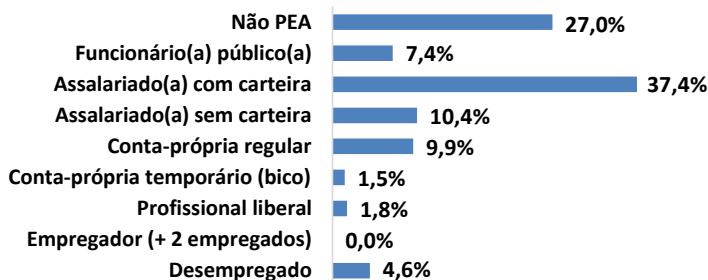
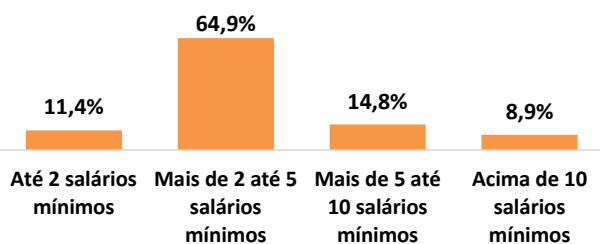
O maior peso ficou por conta da conta de água para 24,5% dos entrevistados, seguido da energia (21,0%) e alimentação (13,9%).



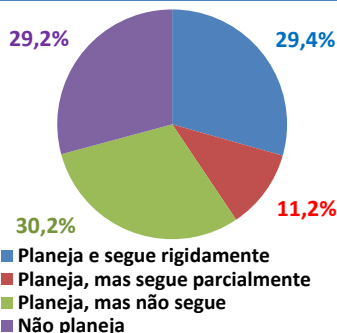
Perfil dos entrevistados



67,6% dos entrevistados realiza algum trabalho remunerado em Belo Horizonte



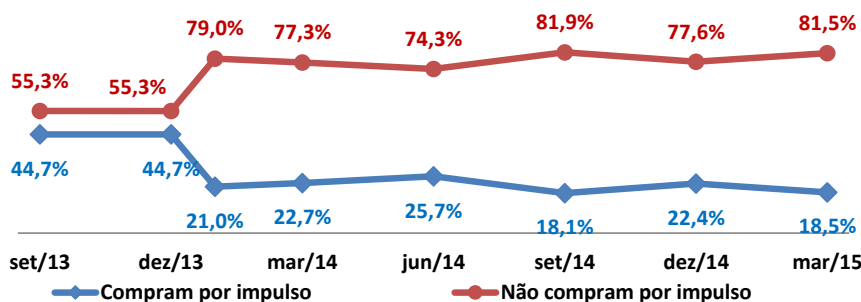
Planejamento dos Gastos



Descrição	mar/14	jun/14	set/14	dez/14	mar/15
Planejam os gastos	69,3%	70,0%	81,3%	79,1%	70,8%
Não planejam	30,7%	30,0%	18,6%	20,9%	29,2%



Hábito de compra

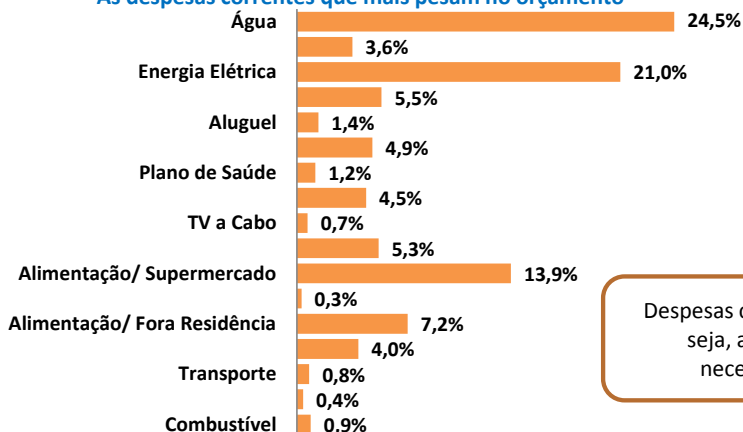


Situação Financeira do Consumidor

Situações	mar/14	jun/14	set/14	dez/14	mar/15
Consigo planejar meu orçamento familiar e ainda sobra algum dinheiro	40,6%	37,9%	51,3%	70,9%	67,3%
Consigo pagar as minhas contas em dia mas não me sobra nada	55,1%	60,0%	46,3%	0,0%	29,2%
Sempre tenho que recorrer a algum tipo de financiamento para cobrir meus gastos	2,4%	2,1%	1,5%	28,0%	3,5%
Sempre recorro a algum tipo de financiamento, mas ainda assim fico devendo	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Não recorro a nenhum tipo de financiamento, mas devo muito	0,5%	0,0%	0,9%	0,3%	0,0%

Despesas Correntes

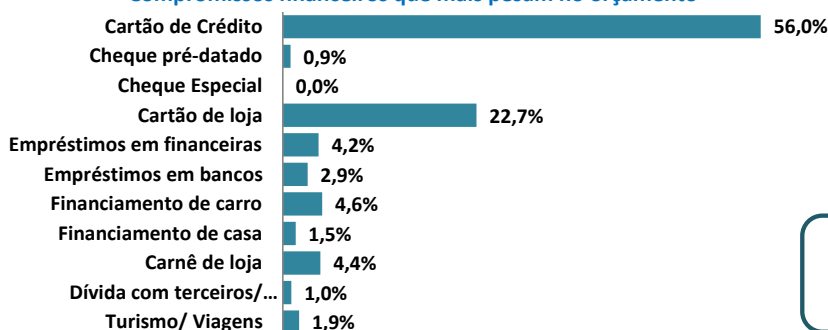
As despesas correntes que mais pesam no orçamento



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.

Situação Financeira do consumidor

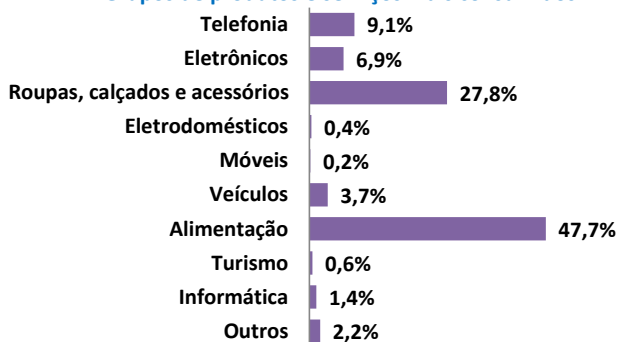
Compromissos financeiros que mais pesam no orçamento



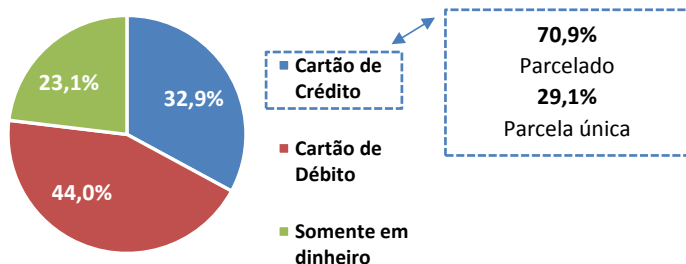
Os compromissos financeiros referem-se aos empréstimos e financiamentos de todas as modalidades ofertadas no mercado.

Comportamento do Consumidor

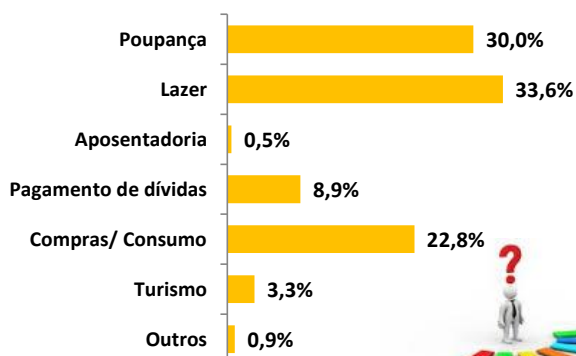
Grupos de produtos e serviços mais consumidos



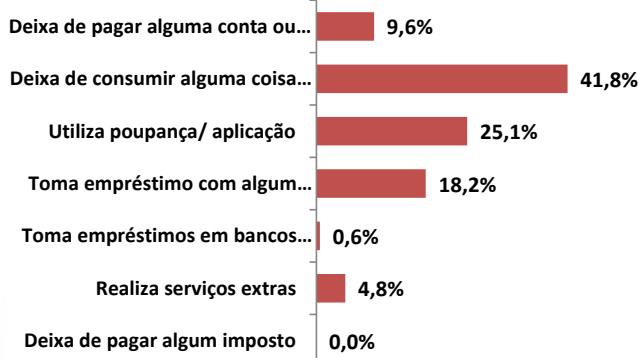
Forma de pagamento que tem o costume de utilizar nas compras



Destino do recurso que sobra mensalmente



Quando o orçamento não cobre tudo, medidas que são tomadas



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 397 pessoas, no período de 31 de março a 2 de abril de 2015. As entrevistas foram individuais, o intervalo de confiança da amostra foi de 95% com uma margem de 5,0 pontos percentuais dos resultados.

Equipe Técnica Estudos Econômicos	
Responsável	Luana Thamiris da Silva de Oliveira
Analistas de Economia	Caio César Soares Gonçalves
	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Assistente Administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Daylla Themis Vilefort Campos Sato
	Dayara Fabielle A. P. de Cristo
	Marcos Vinícius Martins de Sousa
	Sabrina Cristina Sousa Santos
Estagiário	Vinícius Alves Silva Madeira
Jovem Aprendiz	Yanna Paula Araújo da Silva