

ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE BELO HORIZONTE

Janeiro de 2014

Desenvolvido pela Fundação IPEAD, o **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)** de Belo Horizonte é um indicador que sintetiza a opinião dos consumidores em relação a diversos aspectos conjunturais capazes de afetar as suas decisões de consumo no curto, médio e longo prazos. Neste sentido, o ICC permite ao empresário do comércio varejista mineiro avaliar as opiniões e as expectativas dos consumidores com o objetivo de melhor planejar o seu negócio em termos de estoques, contratações, investimentos, dentre outros.

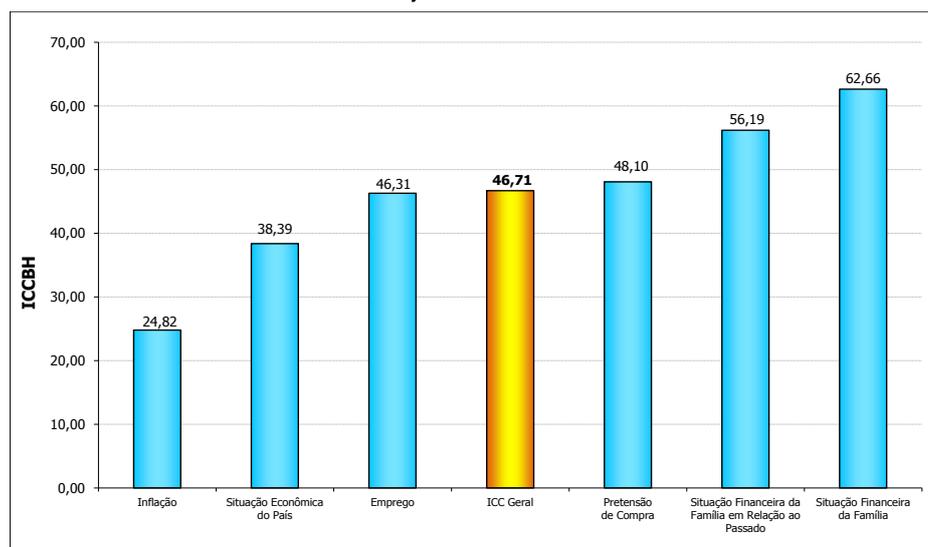
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância¹ (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *Situação Econômica do País* (peso=18,21%), *Inflação* (peso=15,69%), *Emprego* (peso=20,79%), *Situação Financeira da Família* (peso=25,12%), *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado* (peso=9,19%) e *Pretensão de Compra* (peso=11,00%).

Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

Mensalmente, são entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Este tamanho da amostra corresponde a uma margem de erro de 1,85 pontos no valor do **índice geral**. A pesquisa de campo referente ao mês de janeiro ocorreu entre os dias 02/01/14 e 28/01/14.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a janeiro de 2014 alcançou 46,71 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de dezembro/13, observou-se um aumento de 1,06% (TAB. 1).

Gráfico 1: Belo Horizonte, *Itens Componentes do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, janeiro/2014



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

¹ O grau de importância dos componentes do ICC foi obtido a partir de uma pesquisa de campo com 100 consumidores de Belo Horizonte (última atualização em abril/13), na qual foi questionado o grau de preocupação do entrevistado com cada componente e sua ordem de importância.

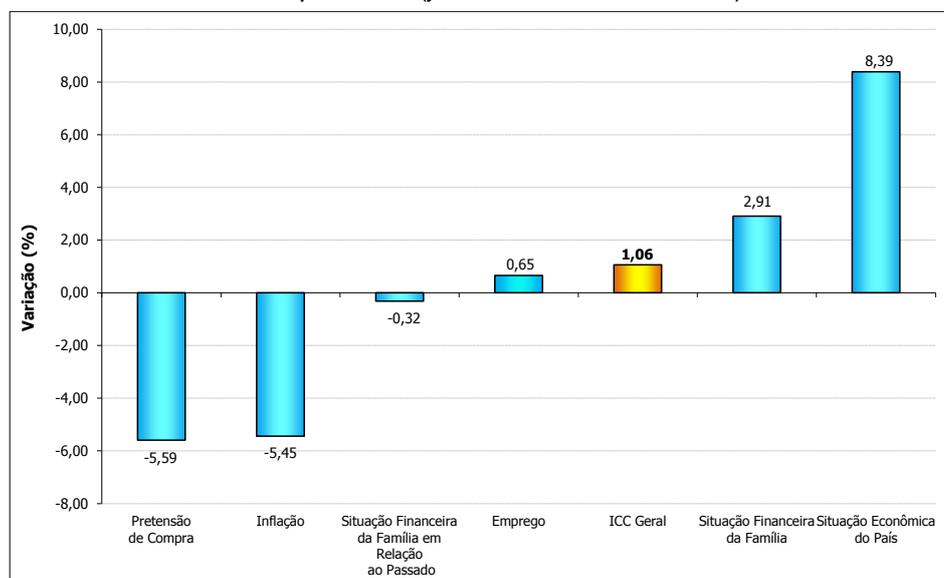
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)**, janeiro/2014

| Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH | Base Fixa Maio/2004=100 | Variação do ICCBH (%) | | |
|--|----------------------------|-----------------------|-------------|---------------|
| | | Mês | Ano | 12 meses |
| ICC – Índice Geral | 121,76 | 1,06 | 1,06 | -7,50 |
| IEE (Índice de Expectativa Econômica) | 162,09 | 1,90 | 1,90 | -15,78 |
| Situação Econômica do País | 122,34 | 8,39 | 8,39 | -14,92 |
| Inflação | 76,66 | -5,45 | -5,45 | -26,33 |
| Emprego | 355,44 | 0,65 | 0,65 | -5,47 |
| IEF (Índice de Expectativa Financeira) | 119,03 | 0,43 | 0,43 | 6,09 |
| Situação Financeira da Família | 125,99 | 2,91 | 2,91 | 7,53 |
| Situação Financeira da Família em Relação ao Passado | 126,85 | -0,32 | -0,32 | 8,37 |
| Pretensão de Compra | 85,31 | -5,59 | -5,59 | -17,85 |

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um aumento de 1,90% em comparação ao mês anterior, assim como o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com aumento de 0,43%. O item *Situação Econômica do País* foi o que apresentou maior variação positiva, de 8,39%, e aquele da *Pretensão de Compra*, a maior variação negativa, de -5,59% (GRAF. 2 e TAB. 1).

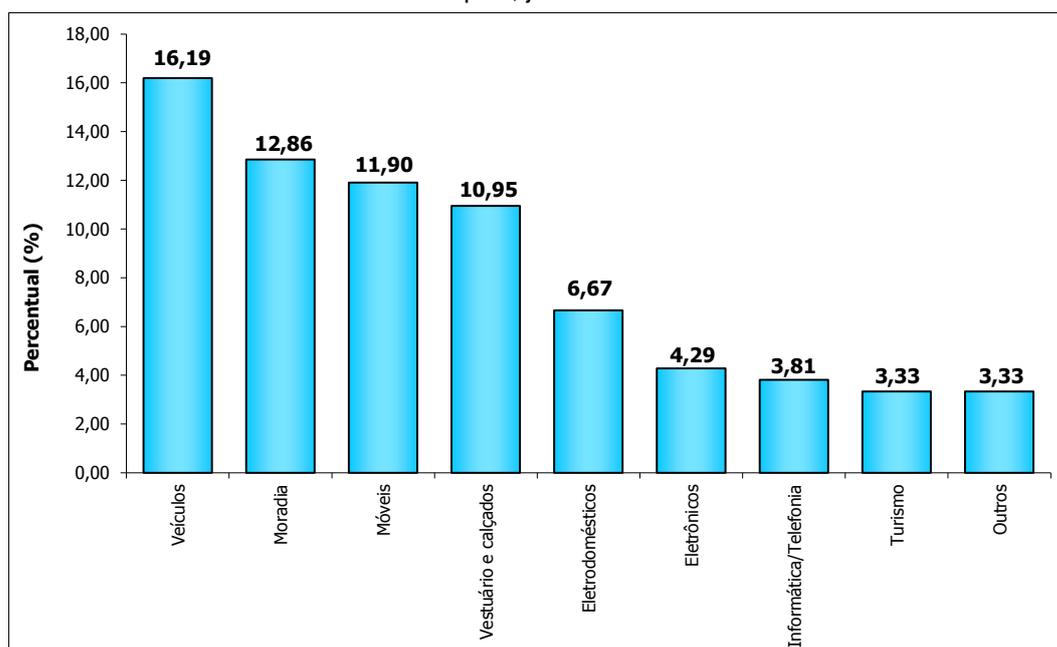
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (janeiro-14 / dezembro -13)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Veículos (16,19%), Moradia (12,86%), Móveis (11,90%) e Vestuário e Calçados (10,95%) (GRAF. 3). Há sensível diferença de pretensão de compra entre homens e mulheres (TAB. 2).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, janeiro/2014



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, Estratificada por Sexo, janeiro/2014

| Mulheres | Homens |
|--|----------------------------------|
| 73,39% pretendem comprar | 73,27% pretendem comprar |
| Itens mais citados | |
| 1º) Veículos = 14,68% | 1º) Veículos = 17,82% |
| 2º) Moradia = 13,76% | 2º) Moradia e Móveis = 11,88% |
| 3º) Móveis e Vestuário e calçados = 11,93% | 3º) Vestuário e calçados = 9,90% |
| 4º) Eletrodomésticos = 8,26% | 4º) Eletrônicos = 6,93% |
| 5º) Informática/Telefonia = 3,67% | 5º) Eletrodomésticos = 4,95% |

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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 Pampulha: Av. Antônio Abrahão Caram, 430 – 4º andar – São José (Pampulha) – CEP: 30.275-000 – BH/MG – Tel.: (31) 2125-0800

Site: www.ipead.face.ufmg.br