

ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE BELO HORIZONTE

Fevereiro 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.

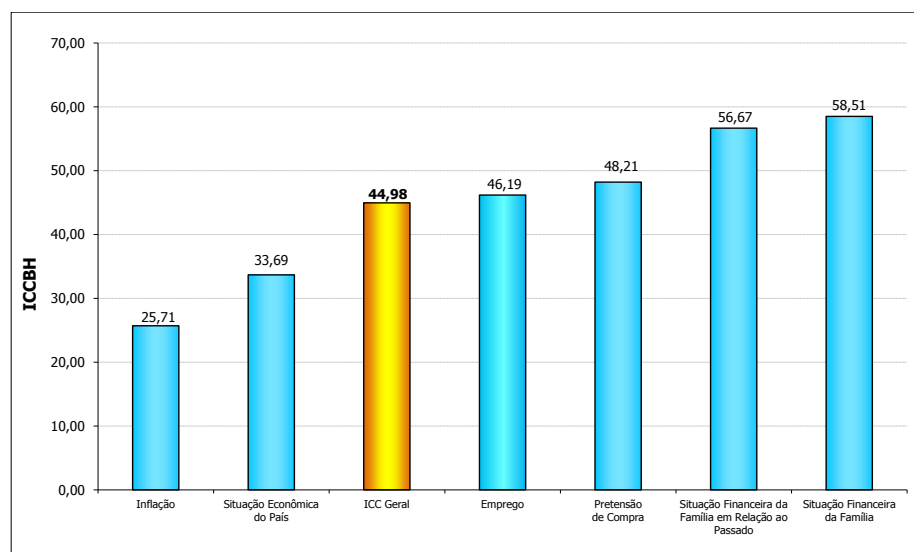
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância¹ (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *Situação 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 fevereiro ocorreu entre os dias 29/01/14 e 28/02/14.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a fevereiro de 2014 alcançou 44,98 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de janeiro/14, observou-se uma queda de 3,70% (TAB. 1).

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

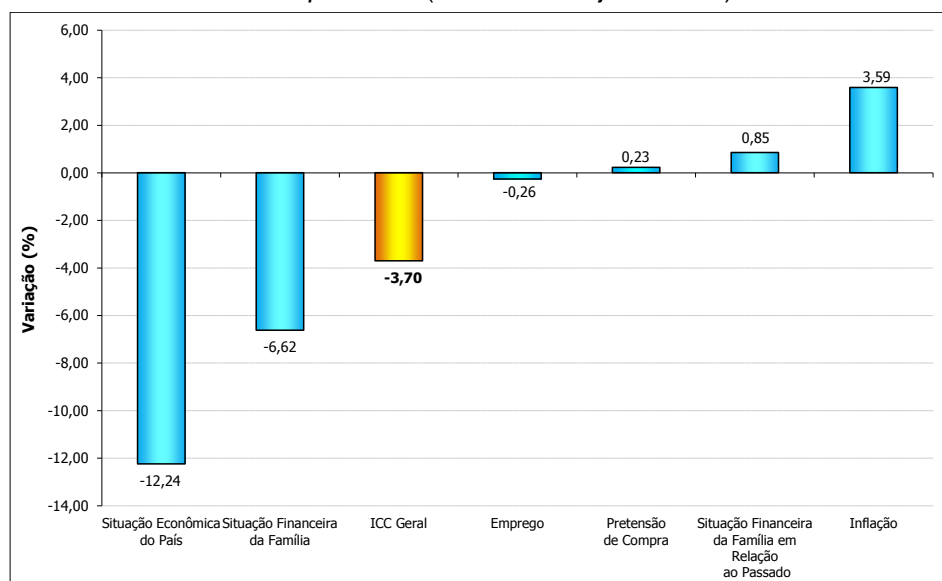
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), fevereiro/2014

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	117,25	-3,70	-2,68	-8,20
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	156,21	-3,63	-1,79	-17,16
Situação Econômica do País	107,36	-12,24	-4,88	-23,73
Inflação	79,41	3,59	-2,06	-22,04
Emprego	354,52	-0,26	0,39	-3,85
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	114,56	-3,75	-3,34	5,80
Situação Financeira da Família	117,64	-6,62	-3,91	0,41
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	127,93	0,85	0,53	14,30
Pretensão de Compra	85,51	0,23	-5,38	-18,65

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O Índice de Expectativa Econômica (IEE) apresentou uma queda de 3,63% em comparação ao mês anterior, assim como o Índice de Expectativa Financeira (IEF), com queda de 3,75%. O item *Situação Econômica do País* foi o que apresentou maior variação negativa, de -12,24%, e aquele da *Inflação*, a maior variação positiva, de 3,59% (GRAF. 2 e TAB. 1).

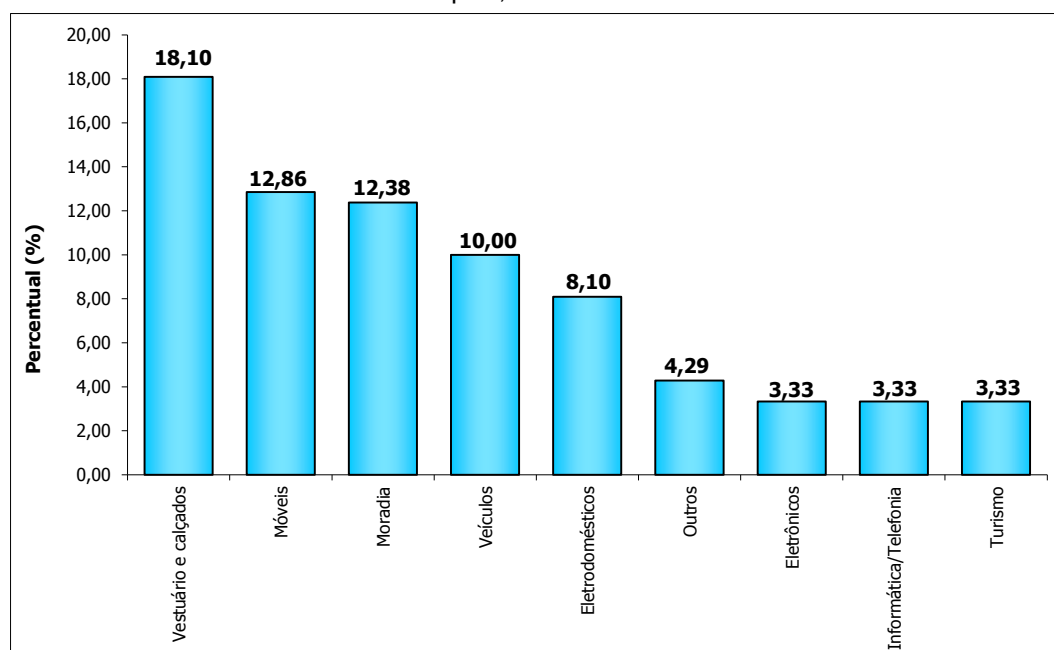
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (fevereiro-14 / janeiro -14)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (18,10%), Móveis (12,86%), Moradia (12,38%) e Veículos (10,00%) (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, fevereiro/2014



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
78,90% pretendem comprar	72,28% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 22,94%	1º) Móveis = 13,86%
2º) Moradia e Móveis = 11,93%	2º) Moradia e Vestuário e calçados = 12,87%
3º) Veículos = 11,01%	3º) Veículos e Eletrodomésticos = 8,91%
4º) Eletrodomésticos = 7,34%	4º) Informática/Telefonia e Outros = 5,94%
5º) Eletrônicos = 5,50%	5º) Turismo = 1,98%

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