

## Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Março 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 prazo. 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.

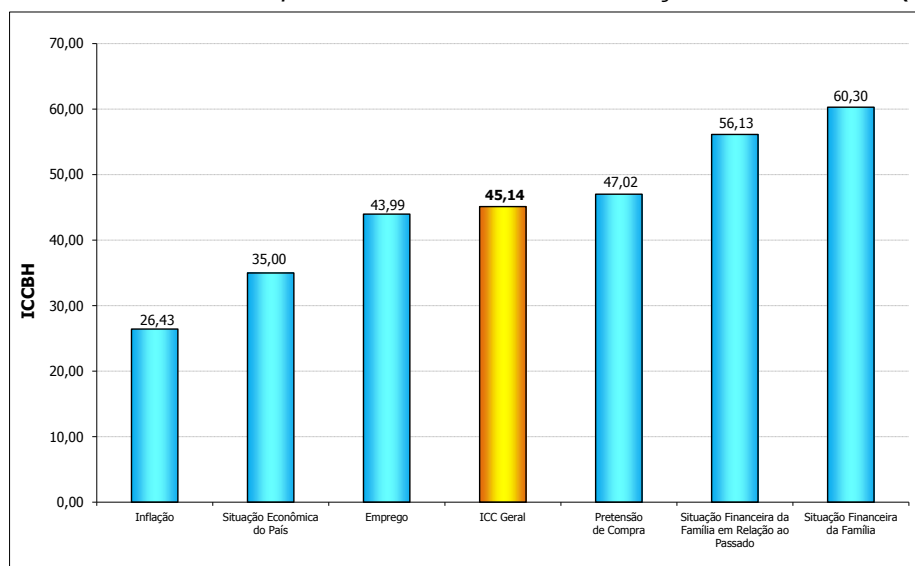
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância<sup>1</sup> (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *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 março ocorreu entre os dias 07/03/14 e 01/04/14.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a março de 2014 alcançou 45,14 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de fevereiro/14, observou-se um aumento de 0,36% (TAB. 1).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

<sup>1</sup> 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.

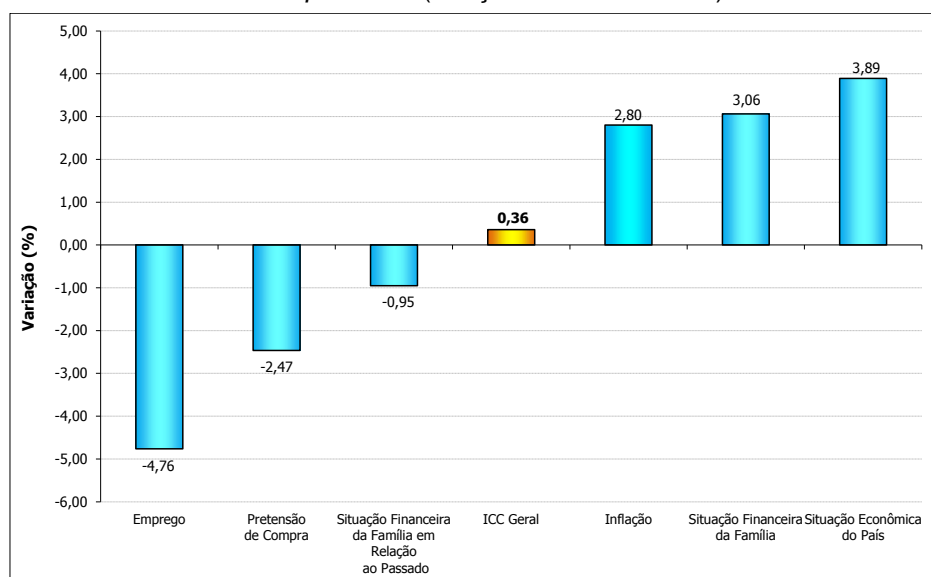
**Tabela 1:** Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), março/2014

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>117,67</b>	<b>0,36</b>	<b>-2,34</b>	<b>-7,67</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>155,39</b>	<b>-0,53</b>	<b>-2,31</b>	<b>-14,69</b>
Situação Econômica do País	111,53	3,89	-1,19	-18,11
Inflação	81,63	2,80	0,69	-16,39
Emprego	337,63	-4,76	-4,39	-11,27
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>115,78</b>	<b>1,06</b>	<b>-2,31</b>	<b>-1,40</b>
Situação Financeira da Família	121,24	3,06	-0,97	-3,43
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	126,72	-0,95	-0,43	1,17
Pretensão de Compra	83,40	-2,47	-7,71	2,33

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 0,53% em comparação ao mês anterior, ao contrário do **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com aumento de 1,06%. O item *Emprego* foi o que apresentou maior variação negativa, de -4,76%, e aquele da *Situação Econômica do País*, a maior variação positiva, de 3,89% (GRAF. 2 e TAB. 1).

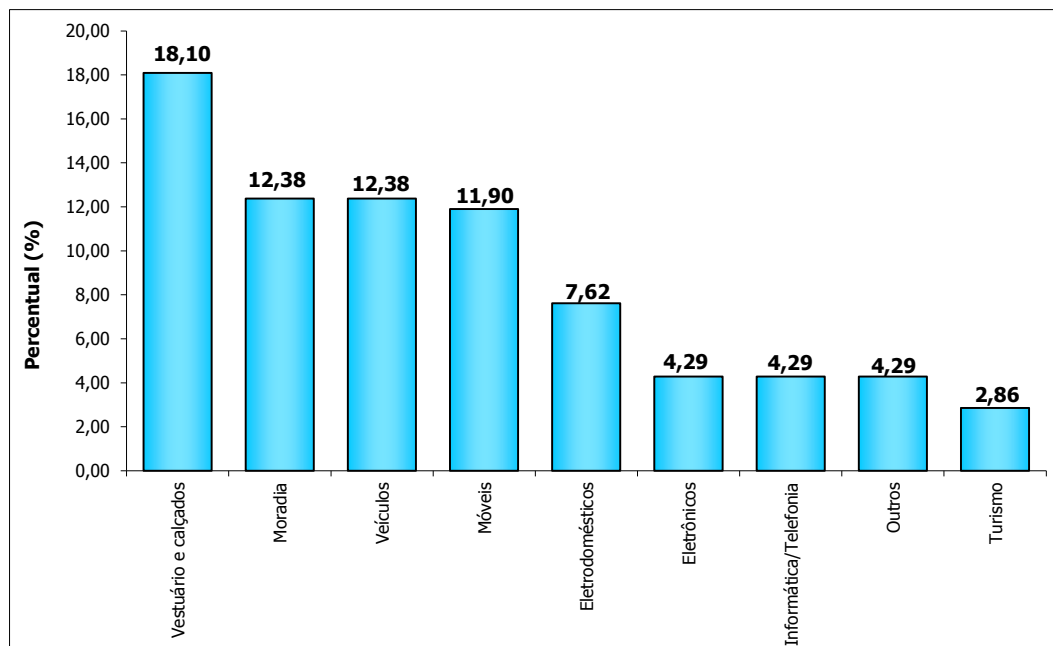
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus *Itens Componentes* (março-14 / fevereiro -14)



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%), Moradia e Veículos (12,38%), e Móveis (11,90%) (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, março/2014



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
71,56% pretendem comprar	85,15% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 20,18%	1º) Moradia e Vestuário e calçados = 15,84%
2º) Veículos = 11,93%	2º) Móveis = 14,85%
3º) Eletrodomésticos = 10,09%	3º) Veículos = 12,87%
4º) Moradia e Móveis = 9,17%	4º) Informática/Telefonia = 6,93%
5º) Outros = 4,59%	5º) Eletrônicos = 5,94%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG