

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Março de 2016

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 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%).

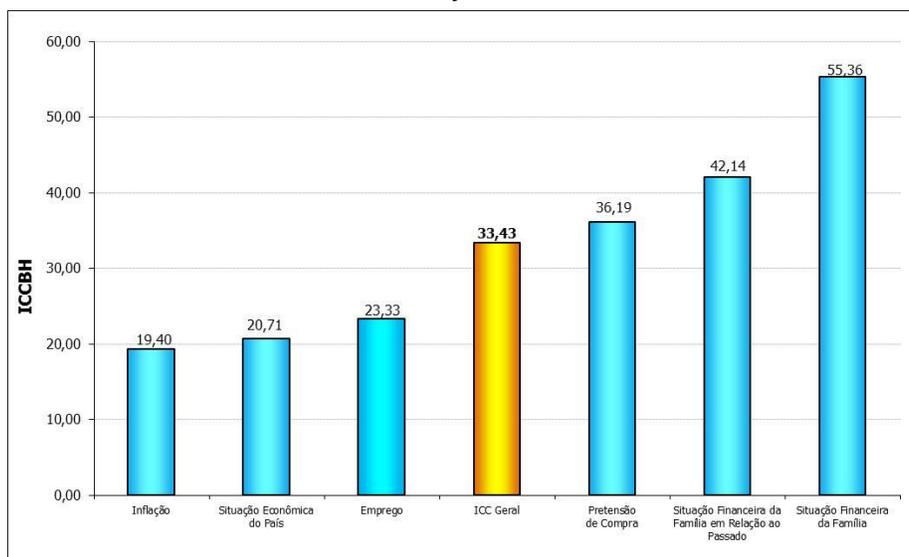
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

Mensalmente, são entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Este tamanho da amostra corresponde a uma margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**. A pesquisa de campo referente ao mês de março ocorreu entre os dias 01/03/2016 e 22/03/16.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a março de 2016 alcançou 33,43 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de fevereiro, observou-se uma queda de 4,38% (TAB. 1).

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.

Gráfico 1: Belo Horizonte, *Itens Componentes do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, março/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

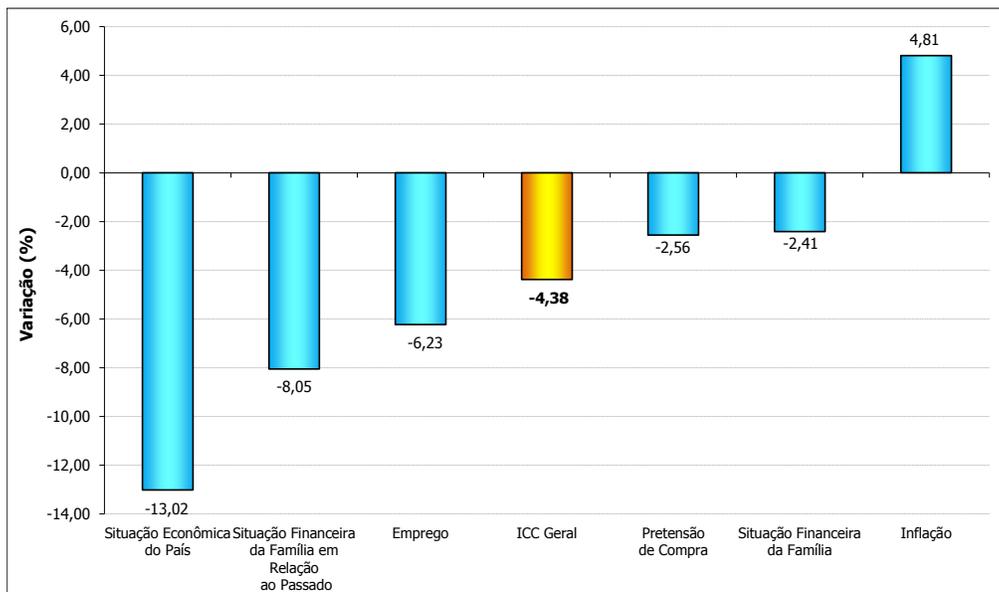
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), março/2016

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	87,14	-4,38	-7,80	-12,81
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	92,17	-6,04	-9,50	-25,99
Situação Econômica do País	66,00	-13,02	-10,35	-16,96
Inflação	59,92	4,81	-0,31	-11,66
Emprego	179,06	-6,23	-13,85	-37,59
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	98,87	-3,50	-6,88	-3,65
Situação Financeira da Família	111,31	-2,41	-3,82	-0,74
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	95,13	-8,05	-9,94	-11,40
Pretensão de Compra	64,19	-2,56	-13,63	-5,29

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 6,04% em comparação com o mês anterior, o mesmo foi observado para o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com recuo de 3,50%. O item *Situação Econômica do País* foi o que apresentou a maior variação negativa no mês, igual a -13,02% (GRAF. 2 e TAB. 1).

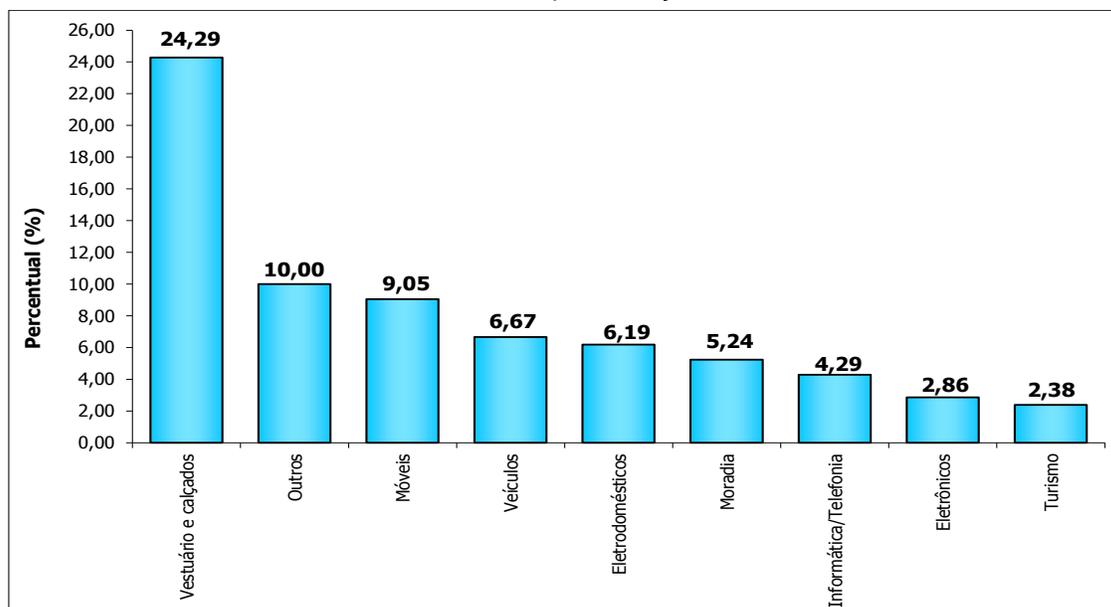
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus *Itens Componentes* (março-16 / fevereiro-16)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (24,29%), Outros produtos (10,00%), Móveis (9,05%) e Veículos (6,67%) (GRAF. 3).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, março/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, Estratificada por Sexo, março/2016

Mulheres	Homens
70,64% pretendem comprar	71,29% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 19,27%	1º) Vestuário e calçados = 29,70%
2º) Outros = 12,84%	2º) Eletrodomésticos e Veículos = 7,92%
3º) Móveis = 11,01%	3º) Móveis e Outros = 6,93%
4º) Moradia = 7,34%	4º) Informática/Telefonia = 5,94%
5º) Veículos = 5,50%	5º) Eletrônicos e Moradia = 2,97%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.