

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Abril 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.

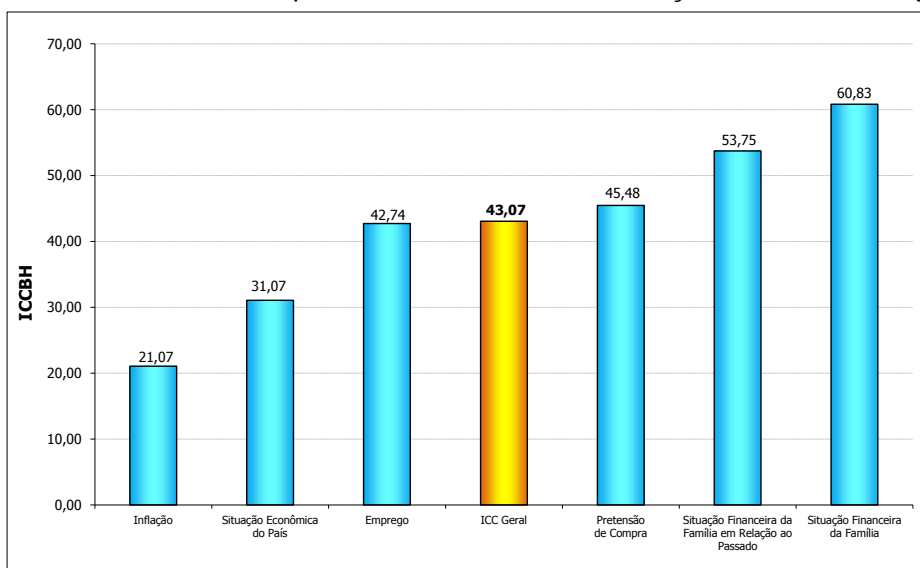
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância¹ (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *Situação 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 abril ocorreu entre os dias 01/04/14 e 05/05/14.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a abril de 2014 alcançou 43,07 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de março/14, observou-se uma queda de 4,59% (TAB. 1).

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

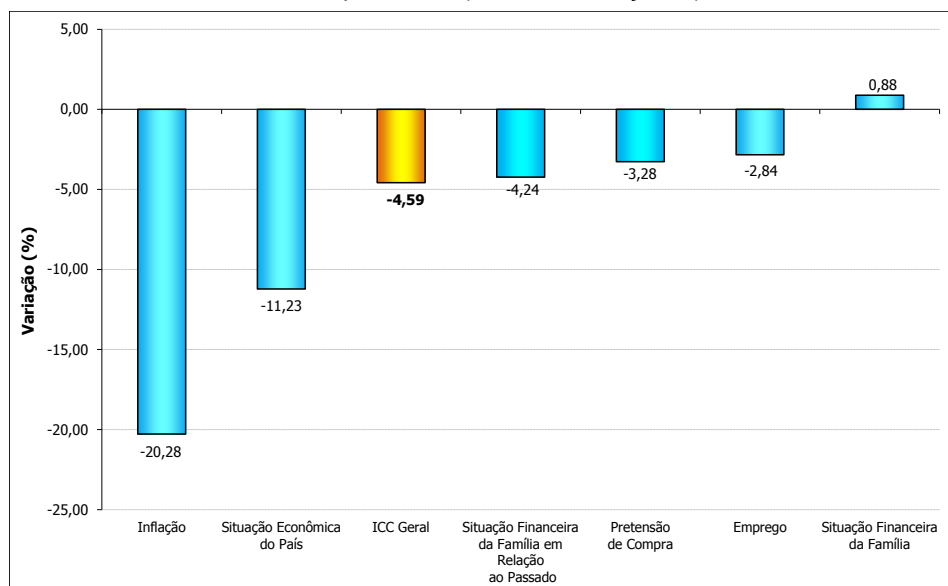
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), abril/2014

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	112,27	-4,59	-6,82	-11,78
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	141,04	-9,23	-11,33	-24,27
Situação Econômica do País	99,01	-11,23	-12,28	-29,66
Inflação	65,08	-20,28	-19,73	-38,12
Emprego	328,04	-2,84	-7,11	-12,76
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	114,62	-1,00	-3,28	-0,09
Situação Financeira da Família	122,31	0,88	-0,10	2,20
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	121,34	-4,24	-4,65	0,56
Pretensão de Compra	80,67	-3,28	-10,74	-7,05

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 9,23% em comparação ao mês anterior, o mesmo foi observado no **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com queda de 1,00%. O item *Inflação* foi o que apresentou maior variação negativa, de -20,28%, e aquele da *Situação Econômica do País*, a única variação positiva do mês, igual a 0,88% (GRAF. 2 e TAB. 1).

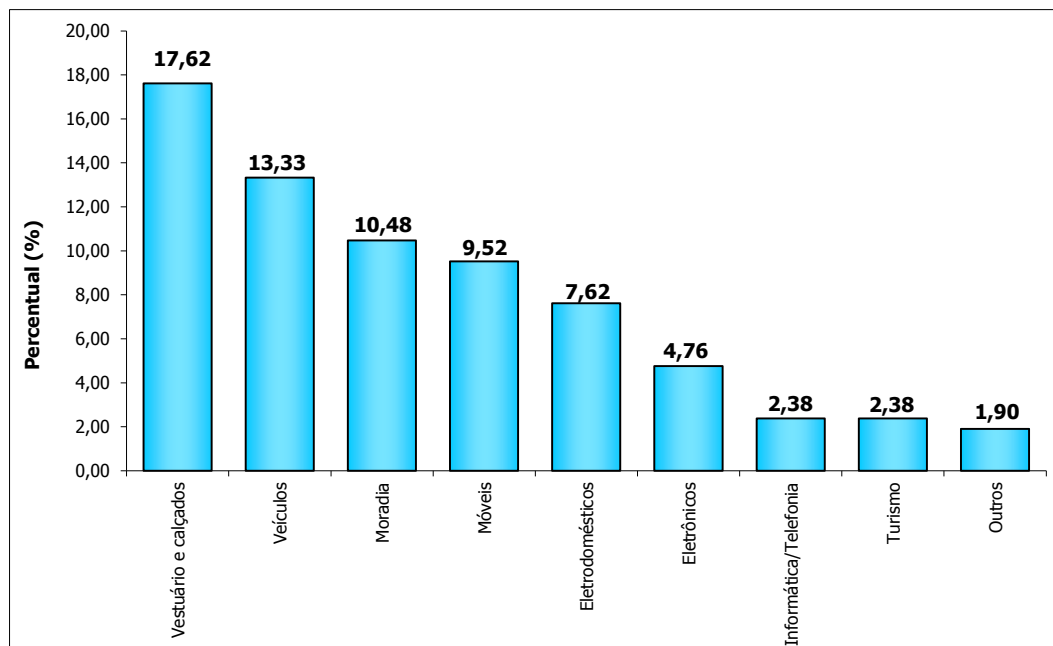
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (abril-14 / março-14)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (17,62%), Veículos (13,33%), Moradia (10,48%) e Móveis (9,52%) (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, abril/2014



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
70,64% pretendem comprar	69,31% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 20,18%	1º) Vestuário e calçados = 14,85%
2º) Veículos = 13,76%	2º) Veículos = 12,87%
3º) Móveis = 11,93%	3º) Moradia = 9,90%
4º) Moradia = 11,01%	4º) Eletrodomésticos = 8,91%
5º) Eletrodomésticos = 6,42%	5º) Móveis = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG