

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Maio 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.

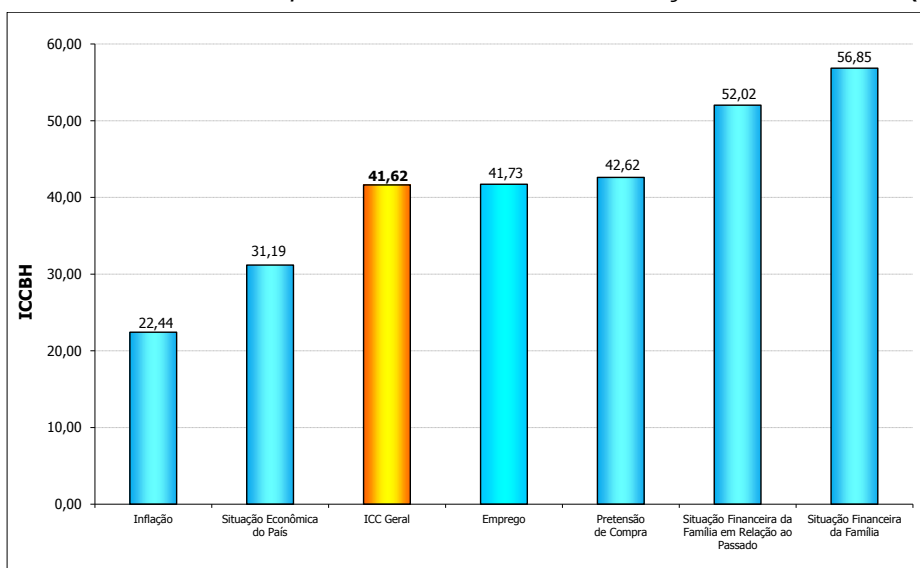
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância¹ (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *Situação 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 maio ocorreu entre os dias 06/05/14 e 02/06/14.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a maio de 2014 alcançou 41,62 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de abril/14, observou-se uma queda de 3,37% (TAB. 1).

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

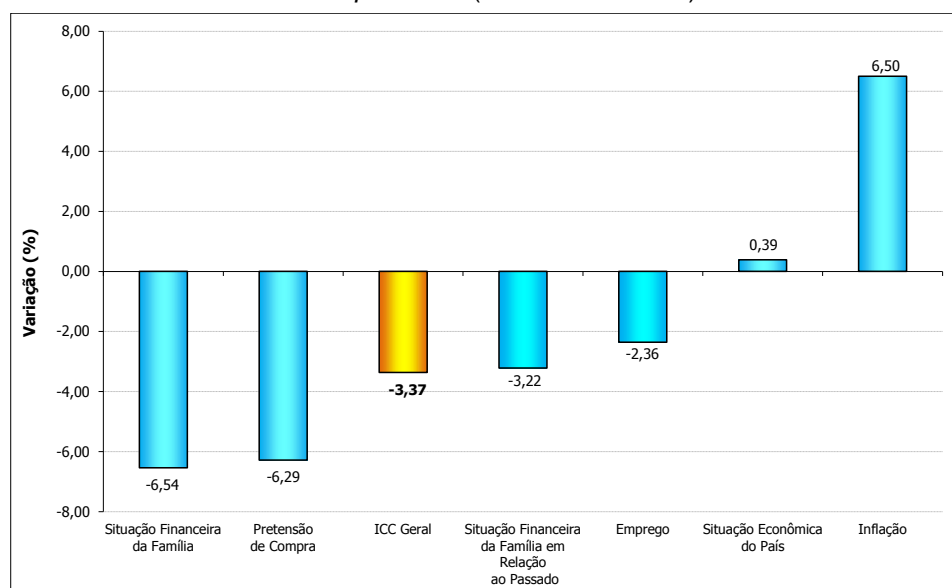
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), maio/2014

| Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH | Base Fixa Maio/2004=100 | Variação do ICCBH (%) | | |
|--|----------------------------|-----------------------|---------------|---------------|
| | | Mês | Ano | 12 meses |
| ICC – Índice Geral | 108,49 | -3,37 | -9,95 | -14,34 |
| IEE (Índice de Expectativa Econômica) | 141,26 | 0,15 | -11,19 | -20,73 |
| Situação Econômica do País | 99,39 | 0,39 | -11,94 | -26,92 |
| Inflação | 69,31 | 6,50 | -14,51 | -26,23 |
| Emprego | 320,29 | -2,36 | -9,30 | -13,33 |
| IEF (Índice de Expectativa Financeira) | 107,91 | -5,86 | -8,95 | -8,77 |
| Situação Financeira da Família | 114,30 | -6,54 | -6,63 | -5,34 |
| Situação Financeira da Família em Relação ao Passado | 117,44 | -3,22 | -7,72 | -10,46 |
| Pretensão de Compra | 75,59 | -6,29 | -16,35 | -16,35 |

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um ligeiro aumento de 0,15% em comparação ao mês anterior, por sua vez, o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** apresentou queda de 5,86%. O item *Situação Financeira da Família* foi o que apresentou maior variação negativa, de -6,54%, e aquele da *Inflação*, a maior variação positiva do mês, igual a 6,50% (GRAF. 2 e TAB. 1).

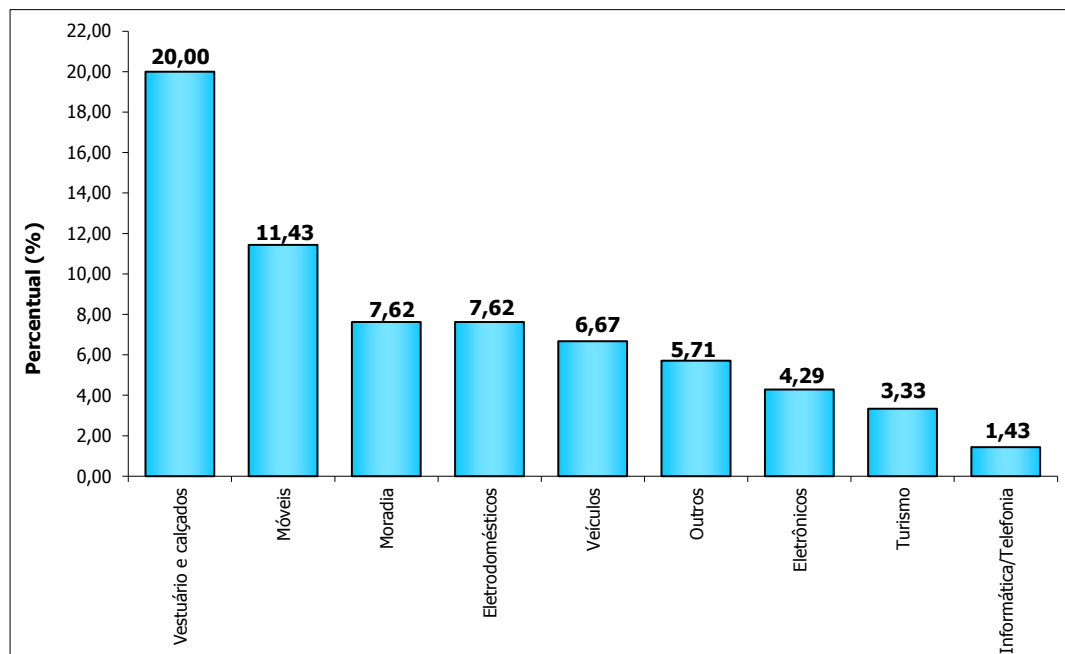
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (maio-14 / abril-14)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (20,00%), Móveis (11,43%), Moradia e Eletrodomésticos (7,62%) e Veículos (6,67%) (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, maio/2014



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

| Mulheres | Homens |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 64,22% pretendem comprar | 72,28% pretendem comprar |
| Itens mais citados | |
| 1º) Vestuário e calçados = 21,10% | 1º) Vestuário e calçados = 18,81% |
| 2º) Móveis = 11,93% | 2º) Móveis = 10,89% |
| 3º) Eletrodomésticos = 10,09% | 3º) Outros = 8,91% |
| 4º) Moradia = 7,34% | 4º) Moradia e Veículos = 7,92% |
| 5º) Veículos = 5,50% | 5º) Eletrônicos = 5,94% |

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG