

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Maio de 2015

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.

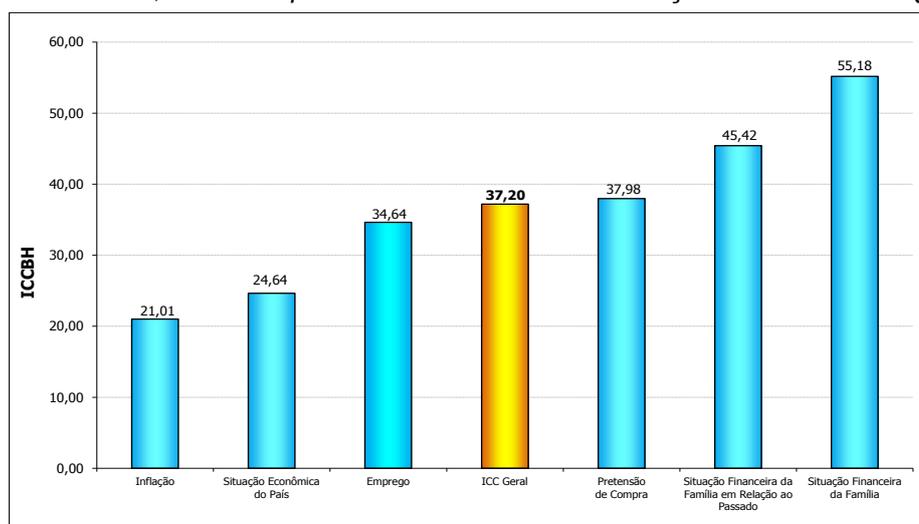
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância¹ (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *Situação 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 maio ocorreu entre os dias 01/05/15 e 25/05/15.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a maio de 2015 alcançou 37,20 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de abril/15, observou-se uma queda de 2,67% (TAB. 1).

Gráfico 1: Belo Horizonte, *Itens Componentes* do **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)**, maio/2015



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.

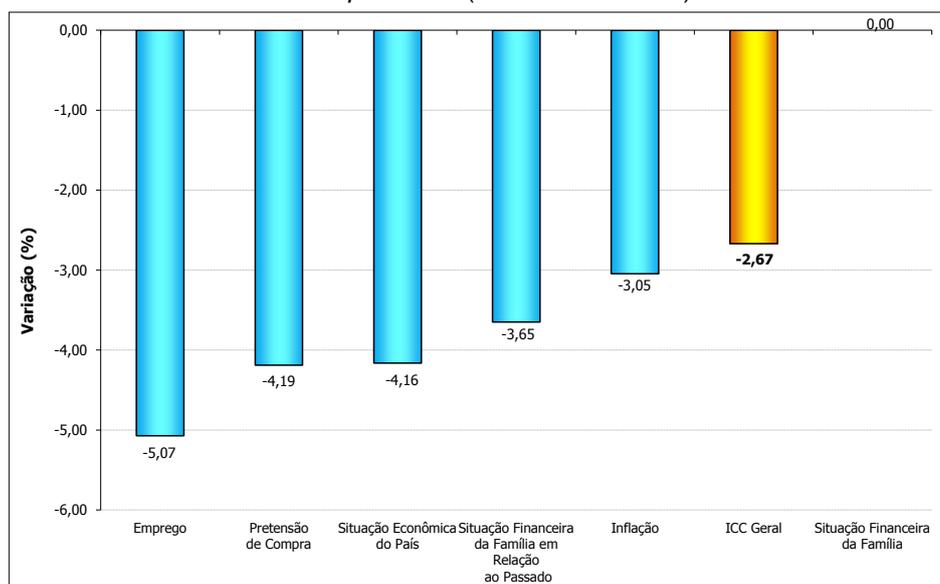
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)**, maio/2015

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	96,97	-2,67	-16,16	-10,62
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	118,40	-4,36	-19,51	-16,18
Situação Econômica do País	78,52	-4,16	-20,70	-21,00
Inflação	64,89	-3,05	-14,94	-6,37
Emprego	265,87	-5,07	-20,71	-16,99
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	100,93	-1,53	-13,74	-6,47
Situação Financeira da Família	110,95	0,00	-11,54	-2,94
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	102,54	-3,65	-16,69	-12,69
Pretensão de Compra	67,36	-4,19	-17,56	-10,89

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 4,36% em comparação ao mês anterior, acompanhado pelo **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com recuo de 1,53%. O item *Emprego* apresentou a maior variação negativa do mês, igual a -5,07% (GRAF. 2 e TAB. 1).

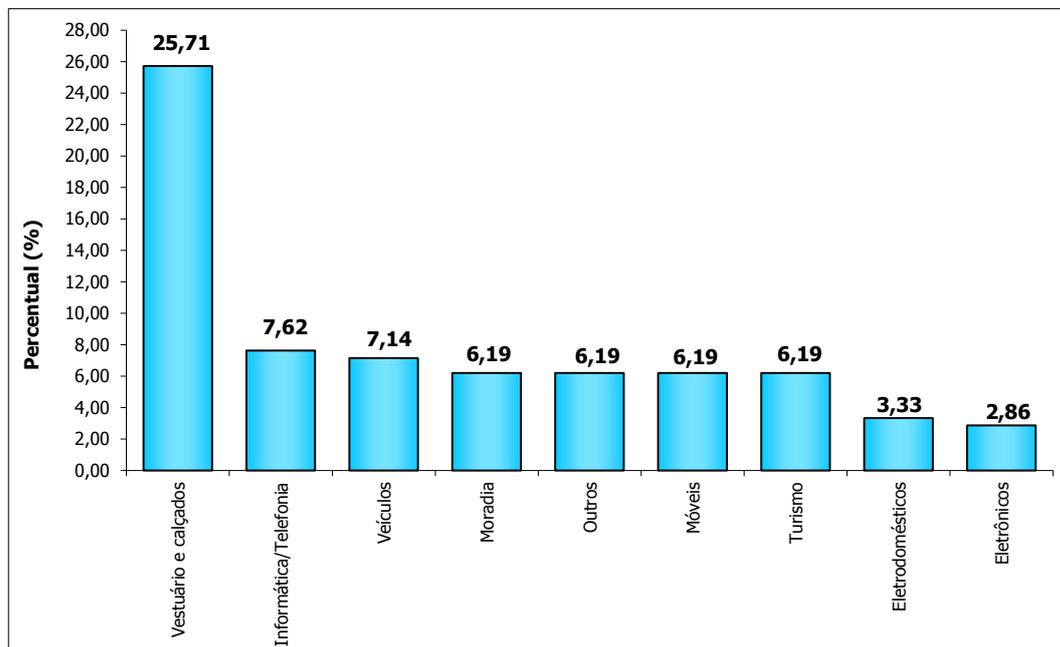
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens* Componentes (maio-15 / abril-15)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (25,71%), Informática/Telefonia (7,62%) e Veículos (7,14%) (GRAF. 3).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, maio/2015



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, Estratificada por Sexo, maio/2015

Mulheres	Homens
66,97% pretendem comprar	76,24% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 24,77%	1º) Vestuário e calçados = 26,73%
2º) Móveis, Turismo e Outros = 7,34%	2º) Informática/Telefonia = 9,90%
3º) Moradia = 6,42%	3º) Veículos = 8,91%
4º) Informática/Telefonia e Veículos = 5,50%	4º) Eletrônicos e Moradia = 5,94%
5º) Eletrodomésticos = 2,75%	5º) Móveis, Turismo e Outros = 4,95%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG