

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Junho 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.

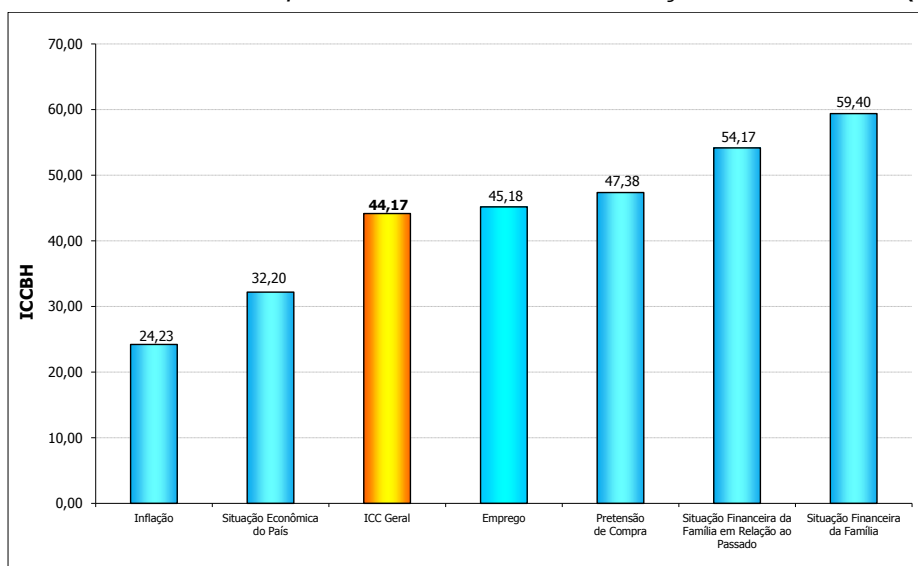
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância¹ (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *Situação 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 junho ocorreu entre os dias 02/06/14 e 02/07/14.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a junho de 2014 alcançou 44,17 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de maio/14, observou-se um aumento de 6,13% (TAB. 1).

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

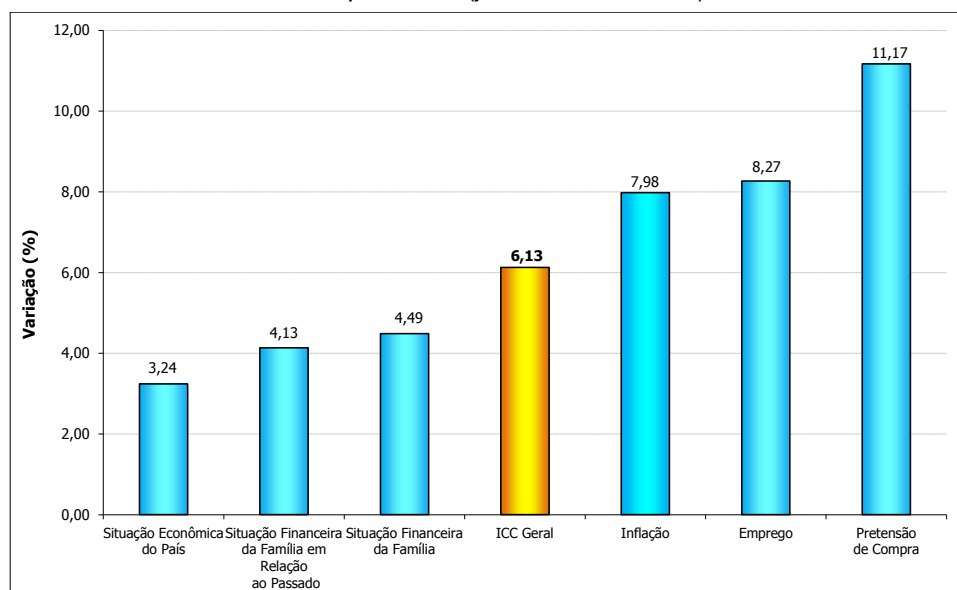
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), junho/2014

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	115,14	6,13	-4,44	-3,92
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	150,59	6,61	-5,32	-11,97
Situação Econômica do País	102,61	3,24	-9,09	-16,25
Inflação	74,84	7,98	-7,70	-20,19
Emprego	346,77	8,27	-1,80	-5,00
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	114,11	5,74	-3,72	3,28
Situação Financeira da Família	119,43	4,49	-2,45	6,39
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	122,29	4,13	-3,90	-1,94
Pretensão de Compra	84,04	11,17	-7,01	0,00

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um aumento de 6,61% em comparação ao mês anterior, assim como o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com 5,74%. O item *Pretensão de Compra* foi o que apresentou maior variação positiva do mês, igual a 11,17% (GRAF. 2 e TAB. 1).

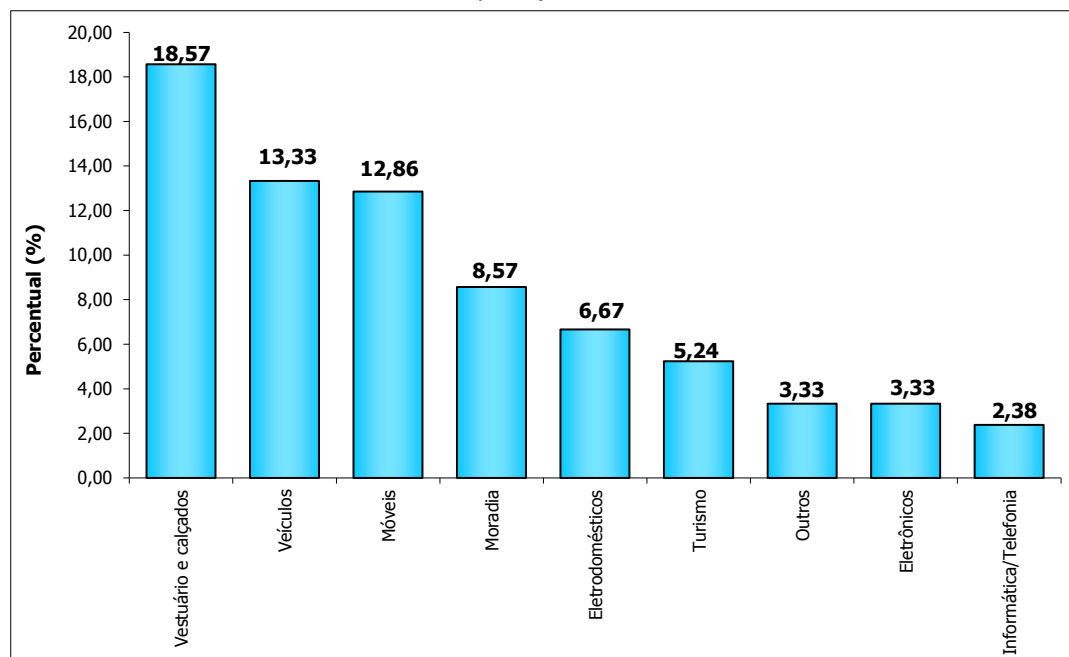
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (junho-14 / maio-14)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (18,57%), Veículos (13,33%), Móveis (12,86%) e Moradia (8,57%) (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, junho/2014



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
74,31% pretendem comprar	74,26% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 20,18%	1º) Vestuário e calçados = 16,83%
2º) Móveis e Veículos = 11,93%	2º) Veículos = 14,85%
3º) Moradia = 11,01%	3º) Móveis = 13,86%
4º) Eletrodomésticos = 6,42%	4º) Eletrodomésticos e Turismo = 6,93%
5º) Eletrônicos, Turismo e Outros = 3,67%	5º) Moradia = 5,94%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG