

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Junho 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.

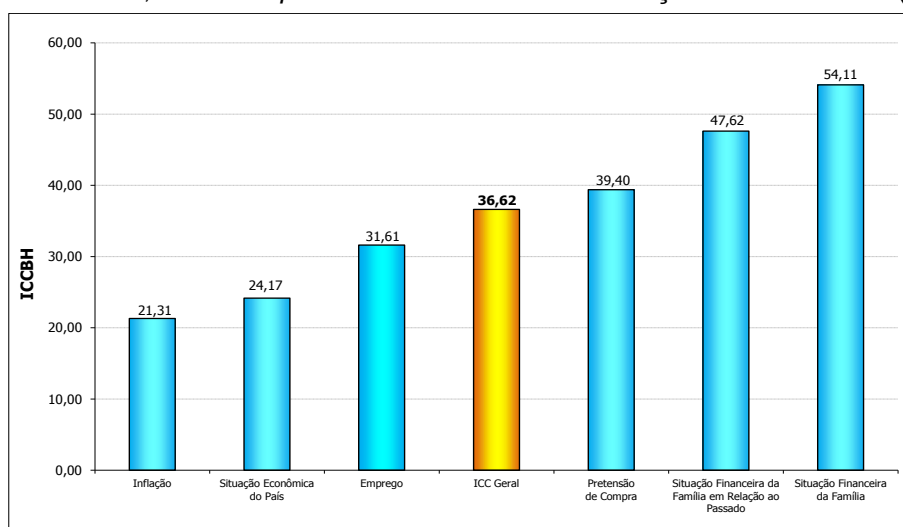
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância¹ (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *Situação 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 junho ocorreu entre os dias 01/06/15 e 30/06/15.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a junho de 2015 alcançou 36,62 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de maio/15, observou-se uma queda de 1,56% (TAB. 1).

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

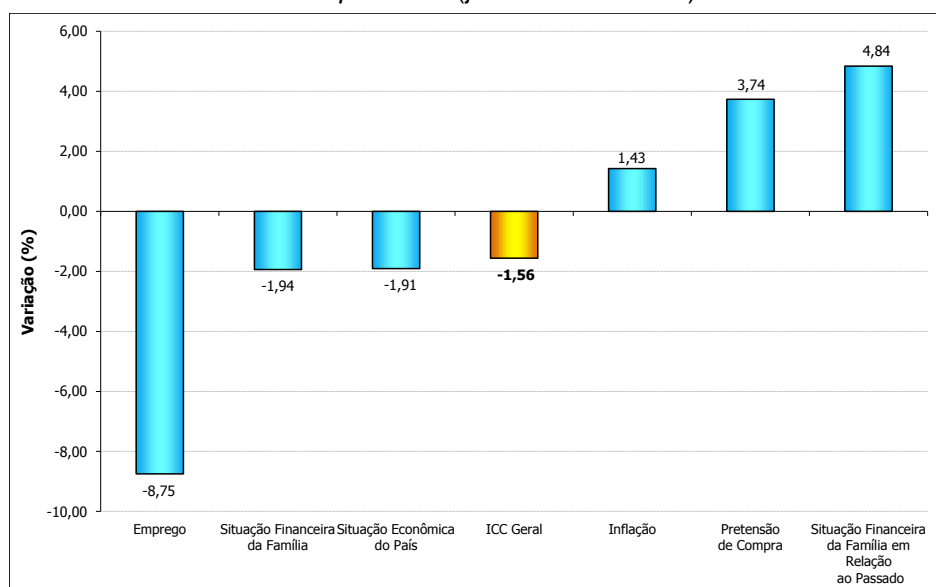
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), junho/2015

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	95,46	-1,56	-17,47	-17,09
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	113,13	-4,45	-23,09	-24,88
Situação Econômica do País	77,02	-1,91	-22,21	-24,94
Inflação	65,82	1,43	-13,72	-12,05
Emprego	242,61	-8,75	-27,65	-30,04
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	101,34	0,41	-13,39	-11,19
Situação Financeira da Família	108,80	-1,94	-13,26	-8,91
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	107,50	4,84	-12,66	-12,09
Pretensão de Compra	69,88	3,74	-14,48	-16,84

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 4,45% em comparação ao mês anterior, ao contrário do **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com elevação de 0,41%. O item *Emprego* apresentou a maior variação negativa do mês, igual a -8,75% (GRAF. 2 e TAB. 1).

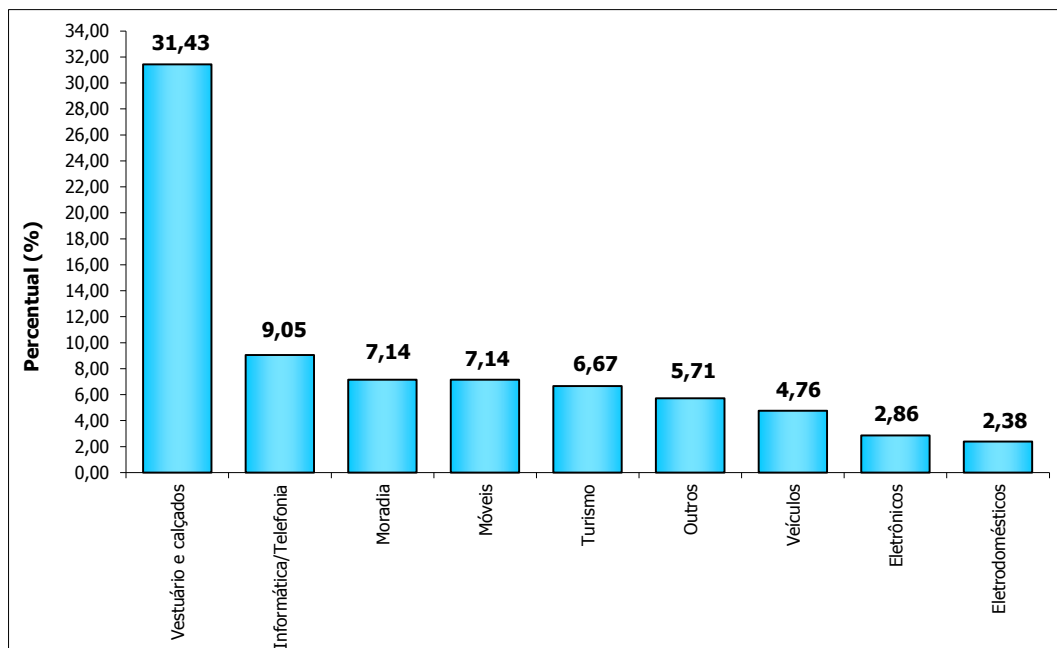
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus *Itens Componentes* (junho-15 / maio-15)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (31,43%), Informática/Telefonia (9,05%), Moradia e Móveis (7,14%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
77,98% pretendem comprar	76,24% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 36,70%	1º) Vestuário e calçados = 25,74%
2º) Móveis = 11,93%	2º) Informática/Telefonia = 12,87%
3º) Outros = 7,34%	3º) Turismo e Moradia = 7,92%
4º) Moradia = 6,42%	4º) Veículos = 5,94%
5º) Informática/Telefonia e Turismo = 5,50%	5º) Eletrônicos e Eletrodomésticos = 4,95%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG