

## Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Julho 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.

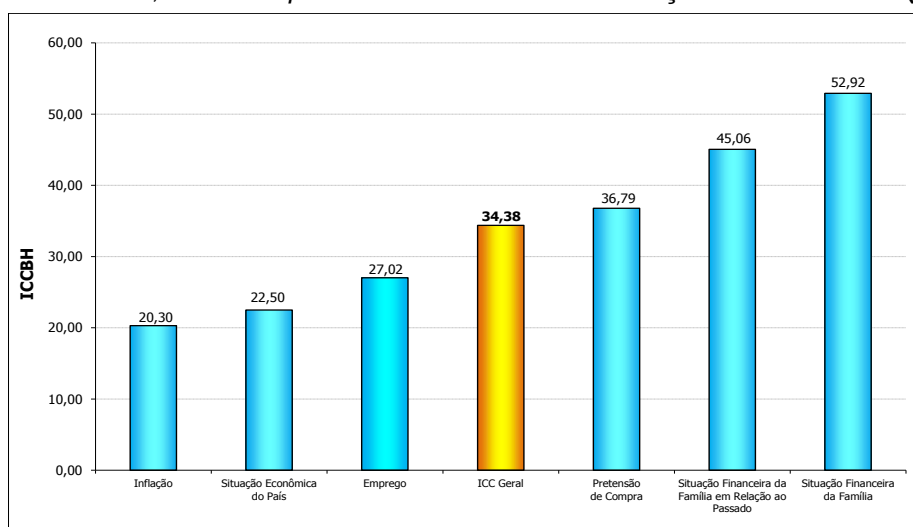
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância<sup>1</sup> (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *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 julho ocorreu entre os dias 01/07/15 e 27/07/15.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a julho de 2015 alcançou 34,38 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de junho/15, observou-se uma queda de 6,12% (TAB. 1).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

<sup>1</sup> 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.

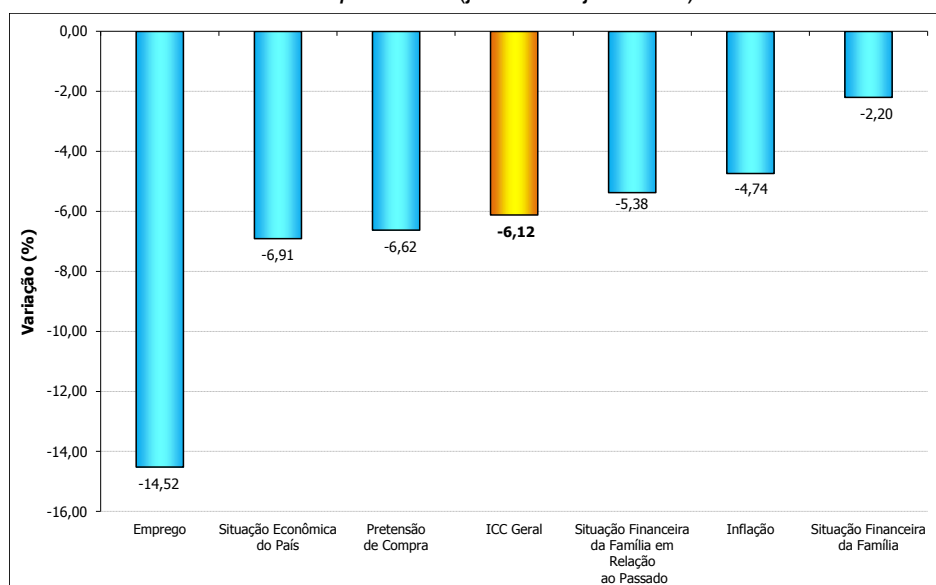
**Tabela 1:** Belo Horizonte, Evolução do **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)**, julho/2015

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>89,62</b>	<b>-6,12</b>	<b>-22,52</b>	<b>-20,40</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>101,94</b>	<b>-9,89</b>	<b>-30,70</b>	<b>-29,24</b>
Situação Econômica do País	71,70	-6,91	-27,58	-31,53
Inflação	62,70	-4,74	-17,81	-8,06
Emprego	207,38	-14,52	-38,16	-36,06
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>97,62</b>	<b>-3,68</b>	<b>-16,58</b>	<b>-13,93</b>
Situação Financeira da Família	106,40	-2,20	-15,17	-12,06
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	101,72	-5,38	-17,35	-17,98
Pretensão de Compra	65,25	-6,62	-20,14	-15,56

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 9,89% em comparação ao mês anterior, o mesmo ocorreu com o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com recuo de 3,68%. O item *Emprego* apresentou a maior variação negativa do mês, igual a -14,52% (GRAF. 2 e TAB. 1).

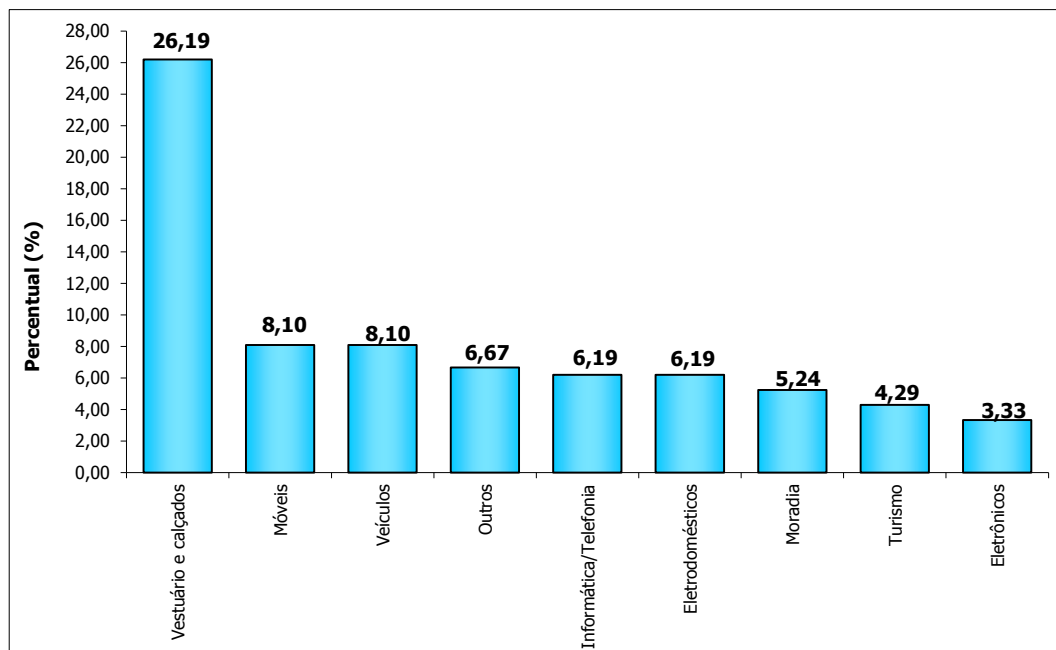
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (julho-15 / junho-15)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (26,19%), Móveis e Veículos (8,10%), Outros (6,67%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
77,06% pretendem comprar	71,29% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 30,28%	1º) Vestuário e calçados = 21,78%
2º) Veículos = 8,26%	2º) Móveis e Outros = 8,91%
3º) Eletrodomésticos e Móveis = 7,34%	3º) Veículos = 7,92%
4º) Informática/Telefonia e Moradia = 6,42%	4º) Informática/Telefonia = 5,94%
5º) Outros = 4,59%	5º) Turismo e Eletrodomésticos = 4,95%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG