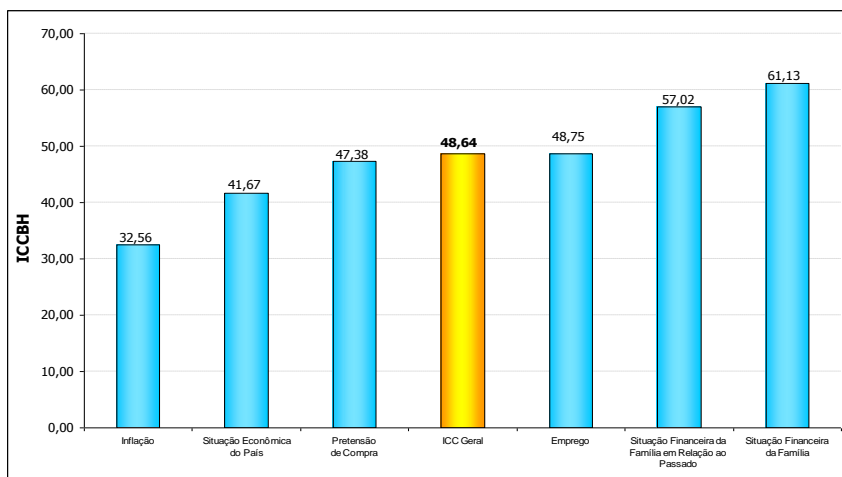


ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE BELO HORIZONTE

Agosto de 2013 – Número 111

O Índice de Confiança do Consumidor¹ (ICC) de Belo Horizonte referente a agosto de 2013 alcançou 48,64 pontos, abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de julho/13, observou-se uma elevação de 5,51%, no entanto acumula uma variação negativa de 8,66% ao longo do ano de 2013.

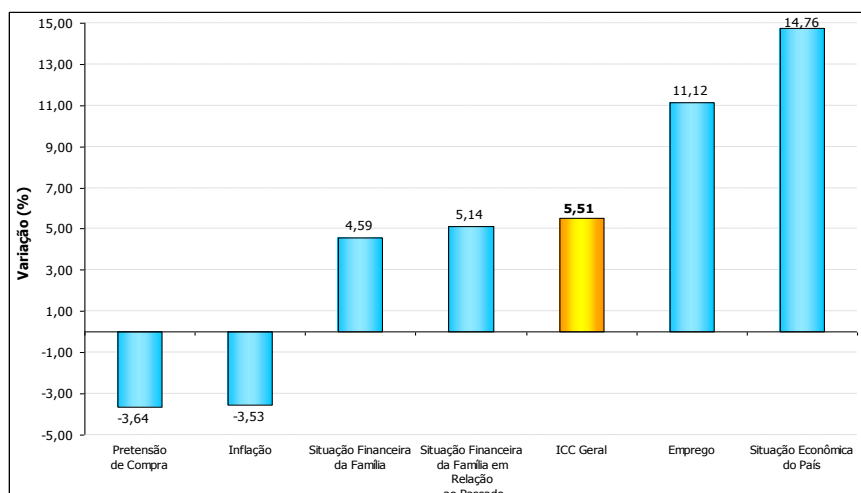
Gráfico 1: Belo Horizonte, itens componentes do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), Agosto/2013



Fonte: Fundação IPEAD/UFMG

A avaliação do grupo Índice de Expectativa Econômica (IEE) apresentou um aumento de 8,58% em comparação ao mês anterior, assim como o Índice de Expectativa Financeira (IEF), com elevação de 2,93%. O item *Pretensão de Compra* foi o que apresentou maior variação negativa, igual a -3,64%.

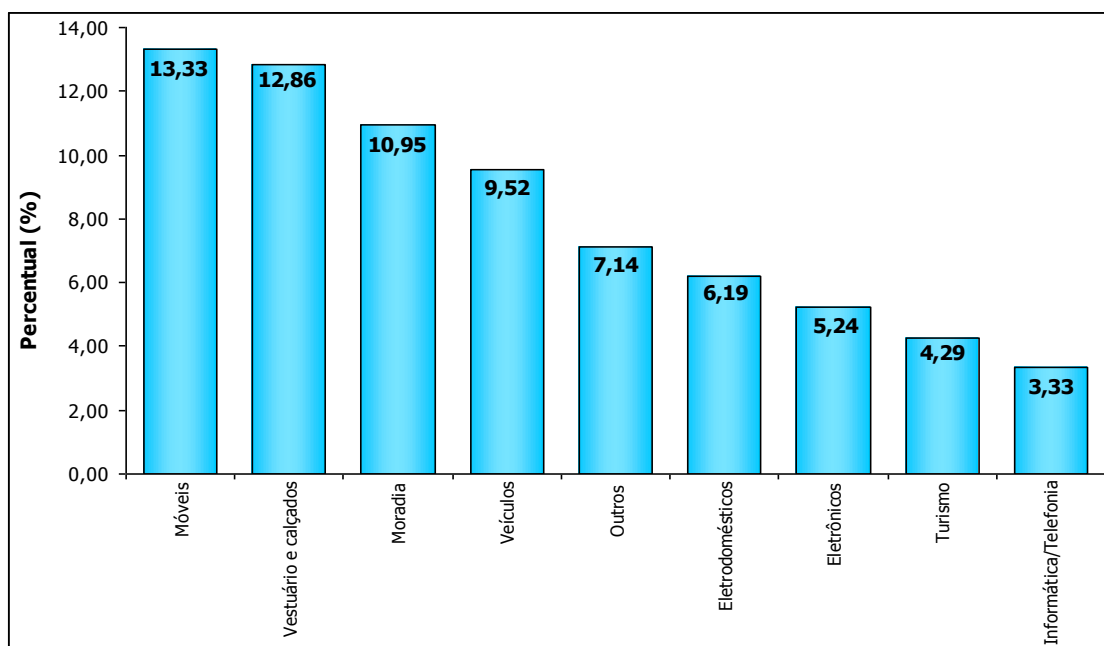
Gráfico 2: Belo Horizonte, variações do Índice de Confiança do Consumidor (Agosto-13 / Julho-13)



Fonte: Fundação IPEAD/UFMG

¹ Indicador que sintetiza a opinião dos consumidores de Belo Horizonte quanto aos aspectos capazes de afetar as suas decisões de consumo atual e futuro. Neste sentido, o ICC funciona como um indicador antecedente das atividades econômicas particularmente importante para o planejamento de estoques e investimentos no comércio varejista da capital mineira.

Gráfico 3: Belo Horizonte, grupos de produtos que a família pretende comprar, Agosto/2013



FONTES: Fundação IPEAD/UFMG

O item *Pretensão de Compra* apresentou queda, em relação a julho/13, de 3,64%. Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores desejam adquirir são: *Móveis* (13,33%), *Vestuário e Calçados* (12,86%), *Moradia* (10,95%) e *Veículos* (9,52%), conforme mostrado no GRÁF. 3.

Tabela 1: Belo Horizonte, evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), Agosto/2013

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	126,79	5,51	-8,66	-4,98
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	180,41	8,58	-11,26	-8,02
Situação Econômica do País	132,79	14,76	-16,56	-5,66
<i>Atual</i>	161,28	15,09	-18,00	-7,33
<i>Daqui Seis Meses</i>	115,43	14,47	-15,25	-4,11
Inflação	100,57	-3,53	-13,86	-11,64
<i>Atual</i>	109,62	-5,38	-16,66	-14,03
<i>Daqui Seis Meses</i>	94,63	-1,96	-11,45	-9,58
Emprego	374,17	11,12	-0,73	-2,73
<i>Atual</i>	1151,28	11,61	2,07	-2,01
<i>Daqui Seis Meses</i>	231,38	10,70	-3,18	-3,40
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	117,28	2,93	-0,80	3,43
Situação Financeira da Família	122,91	4,59	0,97	2,91
<i>Atual</i>	133,90	7,83	6,41	6,17
<i>Daqui Seis Meses</i>	115,82	1,86	-3,36	0,18
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	128,72	5,14	6,56	7,87
<i>Comparado com o mês passado</i>	123,21	3,35	4,98	7,16
<i>Comparado com seis meses atrás</i>	134,09	6,93	8,11	8,57
Pretensão de Compra	84,04	-3,64	-33,53	-23,62

FONTES: Fundação IPEAD/UFMG

Tabela 2: Belo Horizonte, pretensão de compra, estratificada por sexo, Agosto/2013

Mulheres	Homens
69,72% pretendem comprar	76,24% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º Móveis = 12,84%	1º Vestuário e calçados = 16,83%
2º Moradia = 11,93%	2º Móveis = 13,86%
3º Veículos = 10,09%	3º Moradia = 9,90%
4º Vestuário e calçados = 9,17%	4º Veículos = 8,91%
5º Outros = 8,26%	5º Eletrodomésticos = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

DETALHES DA PESQUISA

- As respostas variam em uma escala de 0 a 100, em que 0 representa Pessimismo Total e 100 representa Otimismo Total.
- São entrevistados mensalmente 210 consumidores que frequentemente compram em BH.
- A margem de erro da pesquisa é de 1,85.
- A pesquisa de campo ocorreu entre os dias 25/07/13 e 26/08/13.

EXPEDIENTE

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS DE MINAS GERAIS

Sede: Av. Pres. Antônio Carlos 6.627, Pampulha – Faculdade Ciências Econômicas – 2º Andar – CEP: 31.270-901 – BH/MG – Tel.: (31) 3409-7110

Unidade Pampulha: Av. Antônio Abrahão Caram, 430 – 4º andar – São José (Pampulha) – CEP: 30.275-000 – BH/MG – Tel.: (31) 2125-0800

Site: www.ipead.face.ufmg.br