

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Agosto 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.

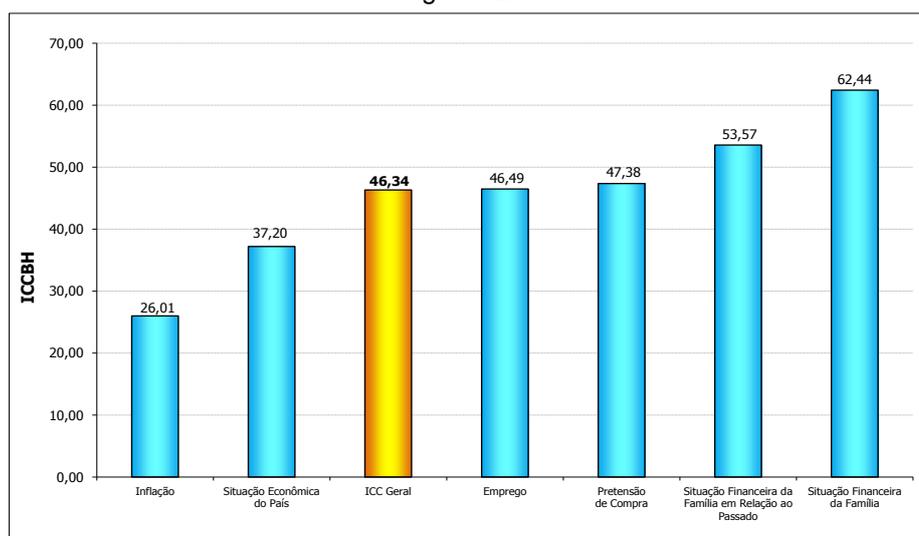
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância¹ (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *Situação 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 agosto ocorreu entre os dias 02/08/14 e 01/09/14.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a agosto de 2014 alcançou 46,34 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de julho/14, observou-se um aumento de 7,29% (TAB. 1).

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

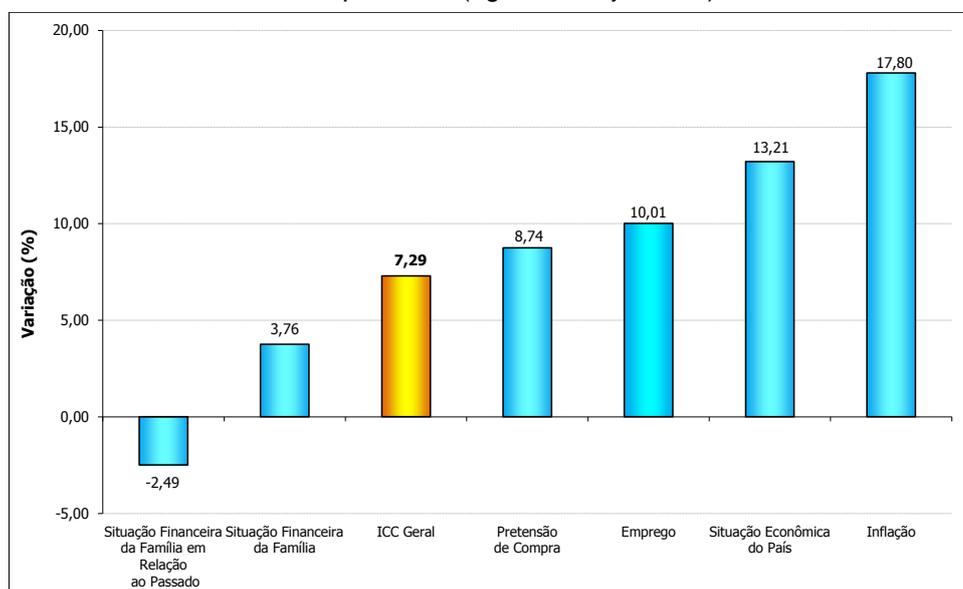
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), agosto/2014

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	120,80	7,29	0,26	-4,73
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	162,13	12,54	1,93	-10,13
Situação Econômica do País	118,54	13,21	5,03	-10,73
Inflação	80,34	17,80	-0,91	-20,12
Emprego	356,82	10,01	1,04	-4,64
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	117,34	3,47	-0,99	0,05
Situação Financeira da Família	125,54	3,76	2,55	2,14
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	120,94	-2,49	-4,97	-6,05
Pretensão de Compra	84,04	8,74	-7,01	0,00

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um aumento de 12,54% em comparação ao mês anterior, assim como o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com 3,47%. O item *Inflação* foi o que apresentou maior variação positiva, de 17,80%, e aquele da *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado*, a única variação negativa do mês, igual a -2,49% (GRAF. 2 e TAB. 1).

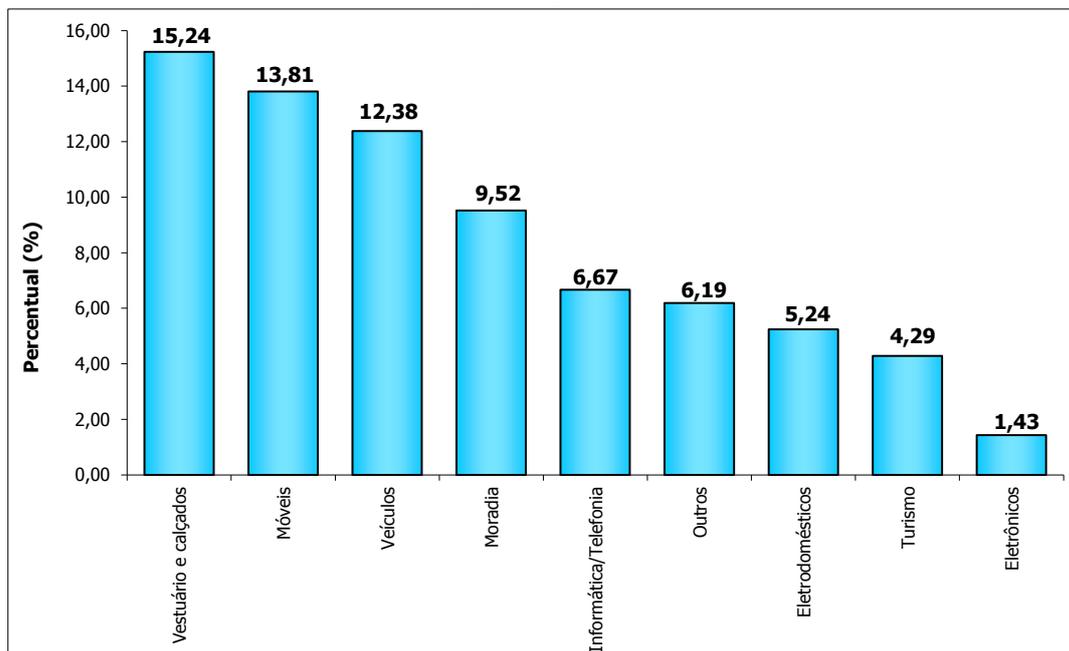
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus *Itens Componentes* (agosto-14 / julho-14)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (15,24%), Móveis (13,81%), Veículos (12,38%) e Moradia (9,52%) (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, agosto/2014



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
74,31% pretendem comprar	75,25% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Móveis = 18,35%	1º) Vestuário e calçados = 15,84%
2º) Veículos, Vestuário e calçados = 14,68%	2º) Moradia = 10,89%
3º) Informática / Telefonia = 9,17%	3º) Veículos = 9,90%
4º) Moradia = 8,26%	4º) Móveis e Outros = 8,91%
5º) Outros = 3,67%	5º) Eletrodomésticos = 7,92%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG