

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Agosto 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.

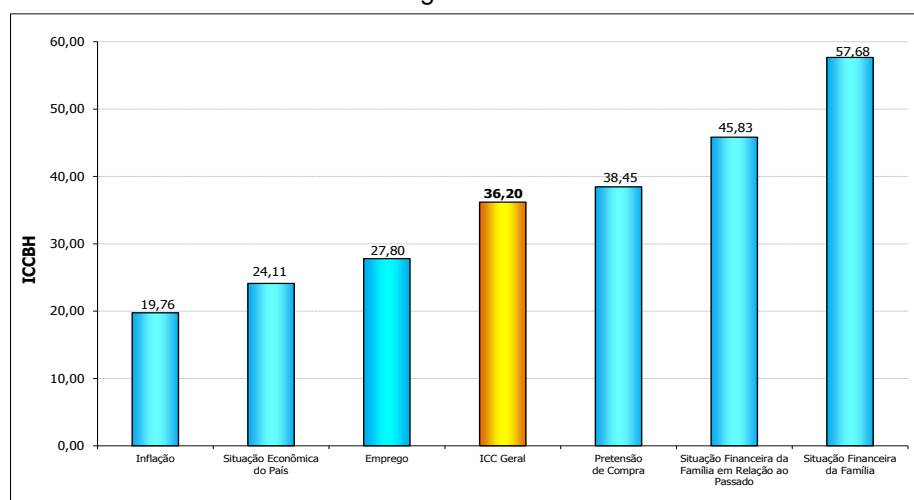
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância¹ (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *Situação 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 agosto ocorreu entre os dias 01/08/15 e 25/08/15.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a agosto de 2015 alcançou 36,20 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de julho/15, observou-se um aumento de 5,29% (TAB. 1).

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

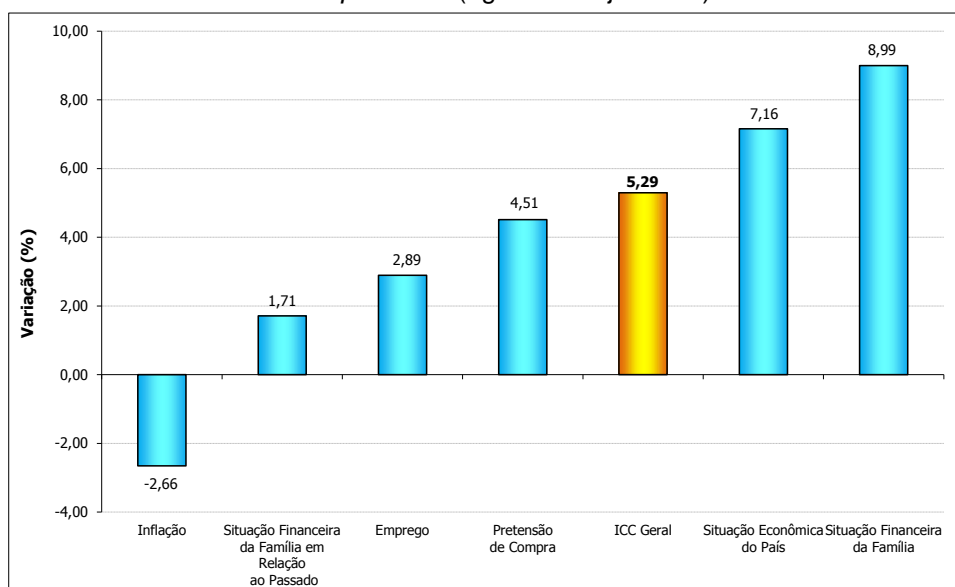
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), agosto/2015

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	94,36	5,29	-18,41	-21,88
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	104,83	2,84	-28,73	-35,34
Situação Econômica do País	76,83	7,16	-22,40	-35,19
Inflação	61,03	-2,66	-20,00	-24,03
Emprego	213,37	2,89	-36,37	-40,20
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	104,20	6,75	-10,94	-11,19
Situação Financeira da Família	115,97	8,99	-7,53	-7,62
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	103,46	1,71	-15,94	-14,45
Pretensão de Compra	68,20	4,51	-16,54	-18,85

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um aumento de 2,84% em comparação ao mês anterior, o mesmo ocorreu com o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com elevação de 6,75%. O item *Inflação* foi o único que apresentou variação negativa no mês, igual a -2,66% (GRAF. 2 e TAB. 1).

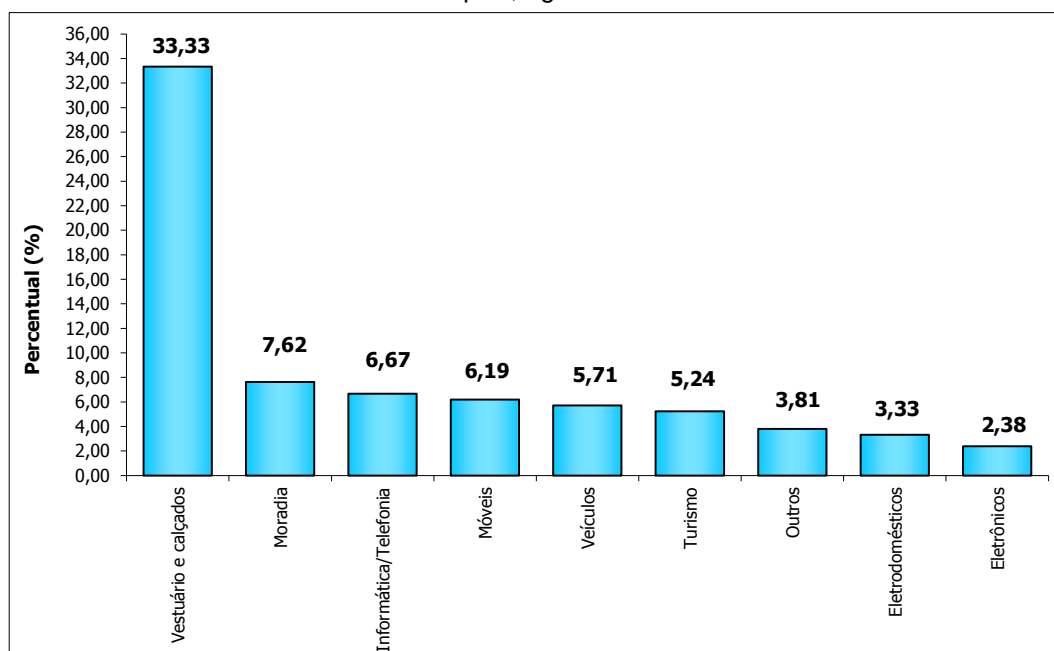
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus *Itens Componentes* (agosto-15 / julho-15)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (33,33%), Moradia (7,62%) e Informática/Telefonia (6,67%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
75,23% pretendem comprar	73,27% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 35,78%	1º) Vestuário e calçados = 30,69%
2º) Informática/Telefonia e Móveis = 9,17%	2º) Moradia, Turismo, Veículos e Outros = 6,93%
3º) Moradia = 8,26%	3º) Eletrodomésticos, Eletrônicos e Informática/Telefonia = 3,96%
4º) Veículos = 4,59%	4º) Móveis = 2,97%
5º) Turismo = 3,67%	

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG