

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

Setembro 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.

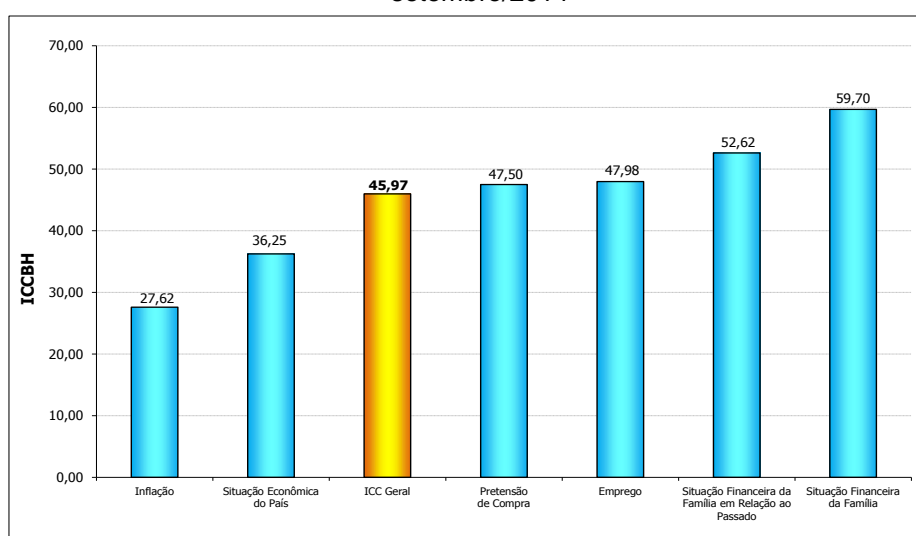
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância<sup>1</sup> (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *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 1,85 pontos no valor do **índice geral**. A pesquisa de campo referente ao mês de setembro ocorreu entre os dias 01/09/14 e 30/09/14.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a setembro de 2014 alcançou 45,97 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de agosto/14, observou-se uma queda de 0,80% (TAB. 1).

**Gráfico 1:** Belo Horizonte, *Itens Componentes do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, setembro/2014



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.

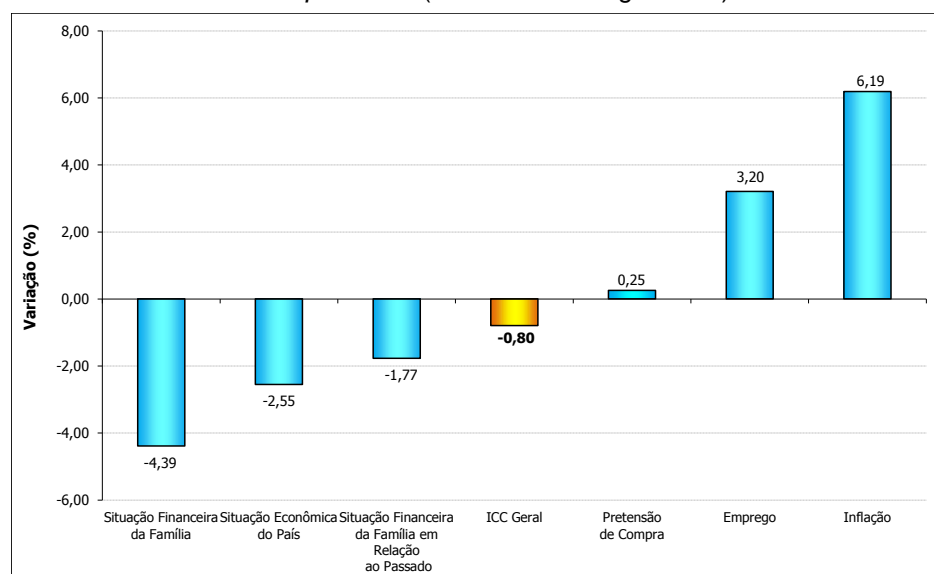
**Tabela 1:** Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), setembro/2014

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>119,83</b>	<b>-0,80</b>	<b>-0,54</b>	<b>1,28</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>165,20</b>	<b>1,89</b>	<b>3,86</b>	<b>3,07</b>
Situação Econômica do País	115,52	-2,55	2,34	5,01
Inflação	85,31	6,19	5,22	-4,33
Emprego	368,26	3,20	4,28	5,36
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>113,86</b>	<b>-2,97</b>	<b>-3,93</b>	<b>-0,22</b>
Situação Financeira da Família	120,03	-4,39	-1,95	-0,20
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	118,79	-1,77	-6,65	-3,80
Pretensão de Compra	84,25	0,25	-6,77	3,37

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um aumento de 1,89% em comparação ao mês anterior, ao contrário do **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com queda de 2,97%. O item *Inflação* foi o que apresentou maior variação positiva, de 6,19%, e aquele da *Situação Financeira da Família*, a maior variação negativa do mês, igual a -4,39% (GRAF. 2 e TAB. 1).

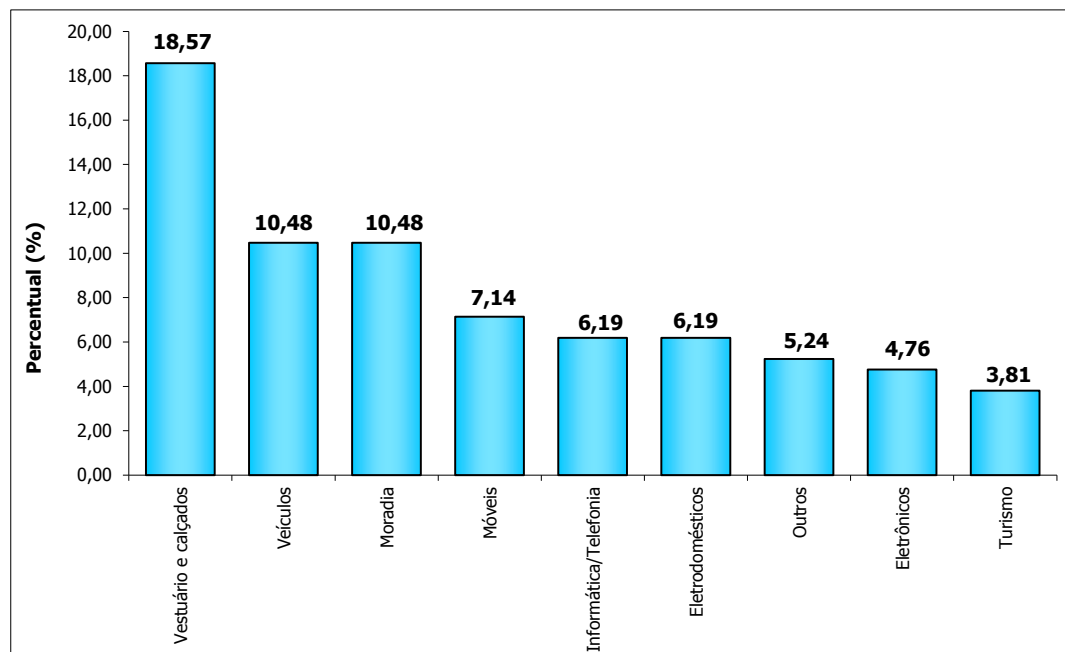
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus *Itens Componentes* (setembro-14 / agosto-14)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (18,57%), Veículos e Moradia (10,48%), Móveis (7,14%) (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, setembro/2014



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
73,39% pretendem comprar	72,28% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 19,67%	1º) Vestuário e calçados = 17,82%
2º) Moradia = 11,01%	2º) Veículos = 14,85%
3º) Informática/Telefonia e Eletrodomésticos = 7,34%	3º) Moradia = 9,90%
4º) Eletrônicos, Veículos e Móveis = 6,42%	4º) Móveis = 7,92%
5º) Turismo e Outros = 4,59%	5º) Outros = 5,94%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG