

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

Outubro 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.

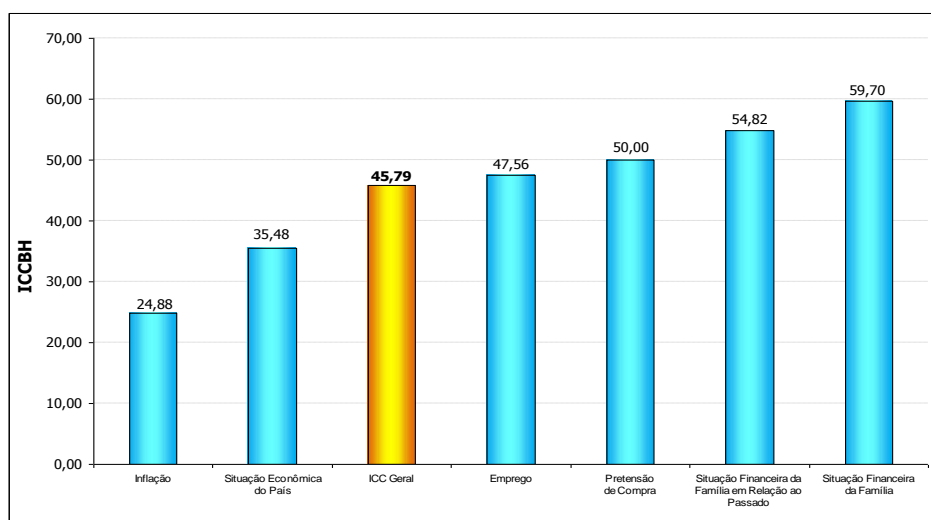
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância<sup>1</sup> (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *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 01/10/14 e 31/10/14.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a outubro de 2014 alcançou 45,79 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de setembro/14, observou-se uma queda de 0,39% (TAB. 1).

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

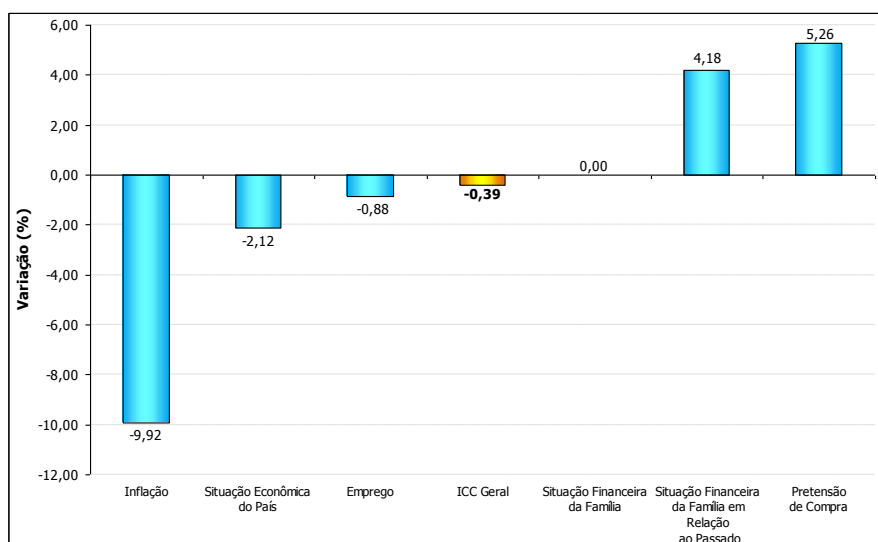
**Tabela 1:** Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), outubro/2014

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>119,36</b>	<b>-0,39</b>	<b>-0,93</b>	<b>-0,87</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>160,01</b>	<b>-3,14</b>	<b>0,60</b>	<b>-0,99</b>
Situação Econômica do País	113,06	-2,12	0,17	-2,12
Inflação	76,85	-9,92	-5,22	-3,68
Emprego	365,03	-0,88	3,37	0,89
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>116,04</b>	<b>1,92</b>	<b>-2,08</b>	<b>-0,79</b>
Situação Financeira da Família	120,03	0,00	-1,95	-1,29
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	123,76	4,18	-2,75	-4,16
Pretensão de Compra	88,68	5,26	-1,86	3,95

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 3,14% em comparação ao mês anterior, ao contrário do **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com aumento de 1,92%. O item *Pretensão de compra* foi o que apresentou a maior variação positiva, de 5,26%, e o item *Inflação*, a maior variação negativa do mês, igual a -9,92% (GRAF. 2 e TAB. 1).

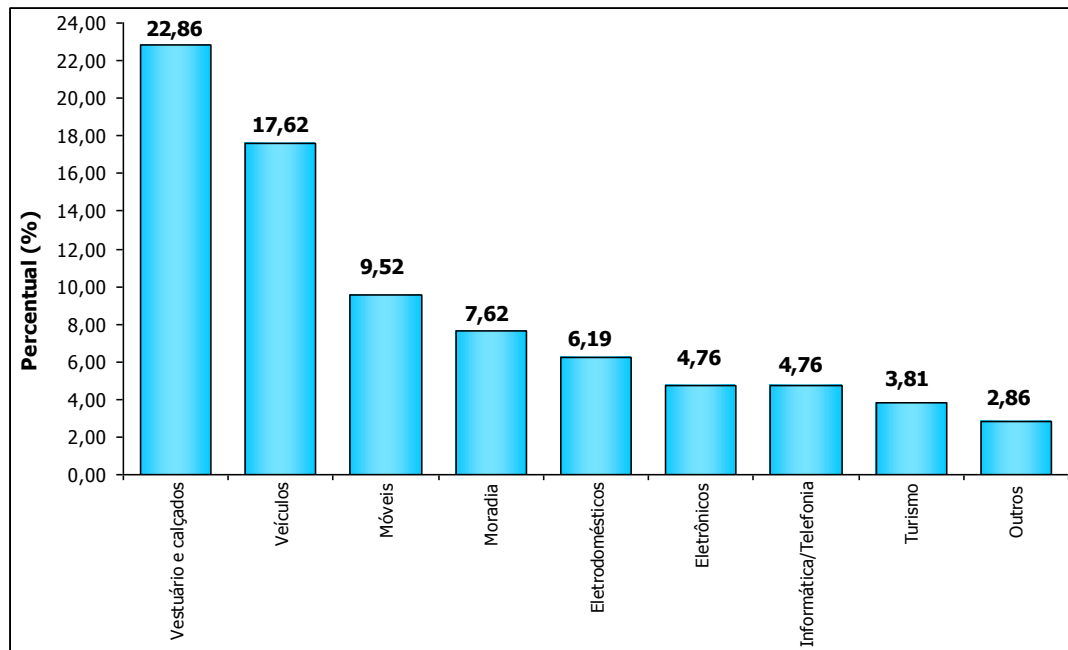
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus *Itens Componentes* (outubro-14 / setembro-14)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (22,86%), Veículos (17,62%), Móveis (9,52%) (GRAF. 3). Apesar dos índices de pretensão entre homens e mulheres serem diferentes em termos percentuais, eles tendem a preferir os mesmos produtos (TAB. 2).

**Gráfico 3:** Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, outubro/2014



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
78,90% pretendem comprar	81,19% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 23,85%	1º) Vestuário e calçados = 21,78%
2º) Veículos = 14,68%	2º) Veículos = 20,79%
3º) Móveis = 8,26%	3º) Móveis = 10,89%
4º) Moradia = 7,34%	4º) Moradia = 7,92%
5º) Eletrodomésticos e Informática/Telefonia = 6,42%	5º) Eletrodomésticos = 5,94%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG