

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

Novembro 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.

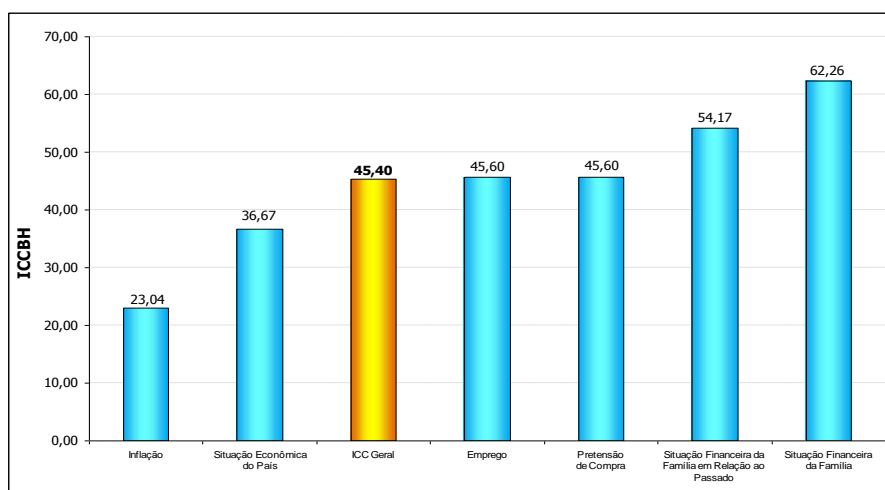
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância<sup>1</sup> (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *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 novembro ocorreu entre os dias 01/11/14 e 30/11/14.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a novembro de 2014 alcançou 45,40 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de outubro/14, observou-se uma queda de 0,85% (TAB. 1).

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

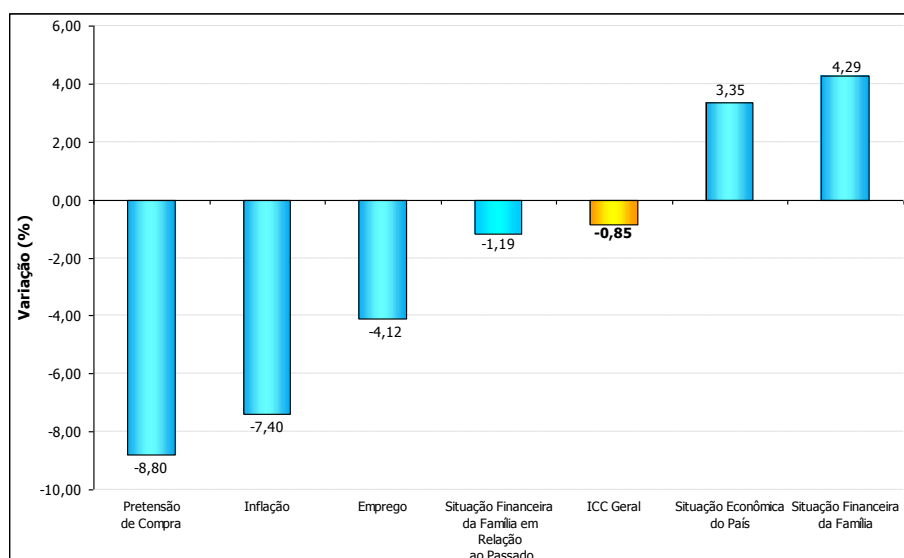
**Tabela 1:** Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), novembro/2014

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>118,35</b>	<b>-0,85</b>	<b>-1,77</b>	<b>-4,02</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>156,21</b>	<b>-2,38</b>	<b>-1,79</b>	<b>-8,18</b>
Situação Econômica do País	116,85	3,35	3,53	-6,67
Inflação	71,16	-7,40	-12,23	-18,33
Emprego	349,99	-4,12	-0,89	-4,72
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>116,48</b>	<b>0,37</b>	<b>-1,72</b>	<b>-0,55</b>
Situação Financeira da Família	125,18	4,29	2,25	2,84
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	122,29	-1,19	-3,90	-4,71
Pretensão de Compra	80,88	-8,80	-10,50	-6,11

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 2,38% em comparação ao mês anterior, ao contrário do **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com aumento de 0,37%. O item *Situação Financeira da Família* foi o que apresentou a maior variação positiva, de 4,29%, e o item *Pretensão de Compra*, a maior variação negativa do mês, igual a -8,80% (GRAF. 2 e TAB. 1).

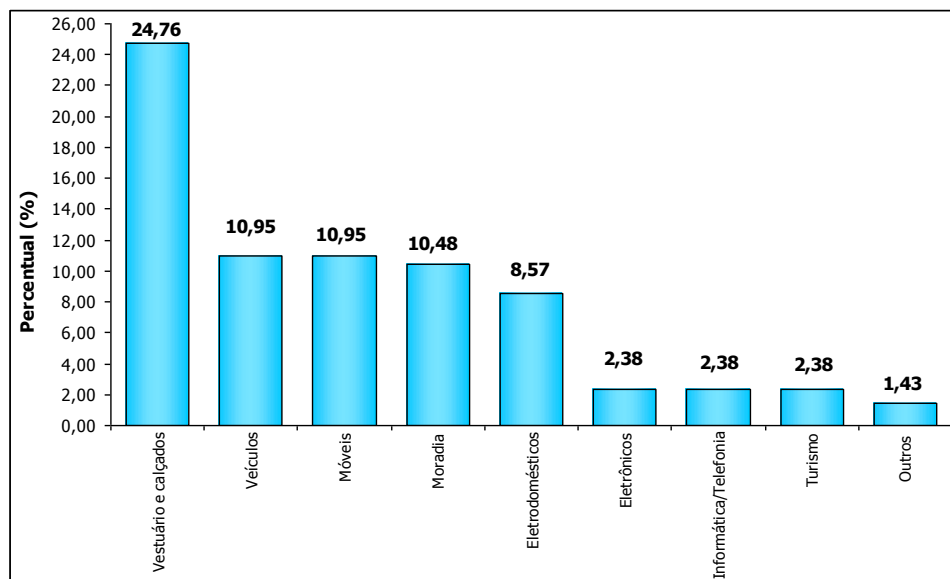
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus *Itens Componentes* (novembro-14 / outubro-14)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (24,76%), Veículos e Móveis (10,95%) e Moradia (10,48%) (GRAF. 3). Os homens tendem a preferir vestuário e veículos, enquanto as mulheres, vestuário e moradia (TAB. 2).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
75,23% pretendem comprar	73,27% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 25,69%	1º) Vestuário e calçados = 23,76%
2º) Moradia = 12,84%	2º) Veículos = 15,84%
3º) Móveis = 10,09%	3º) Móveis = 11,88%
4º) Eletrodomésticos = 7,34%	4º) Eletrodomésticos = 9,90%
5º) Veículos = 6,42%	5º) Moradia = 7,92%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG