

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Dezembro 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.

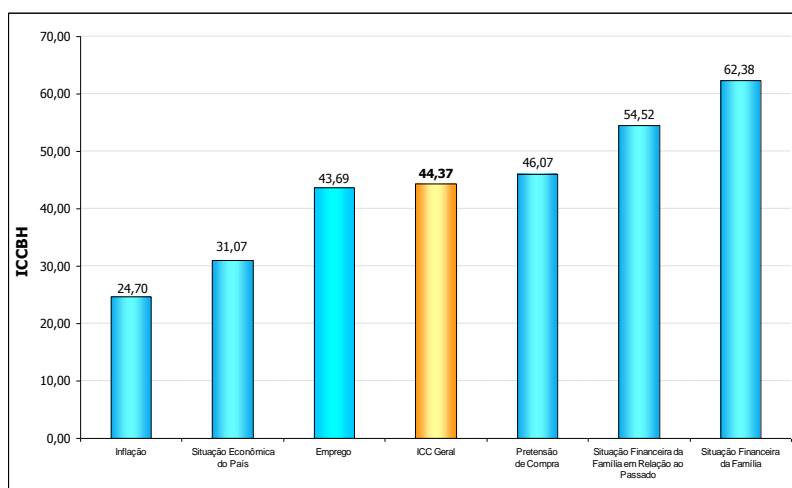
O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância¹ (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *Situação 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 novembro ocorreu entre os dias 01/12/14 e 31/12/14.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a dezembro de 2014 alcançou 44,37 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de novembro/14, observou-se uma queda de 2,27% (TAB. 1).

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

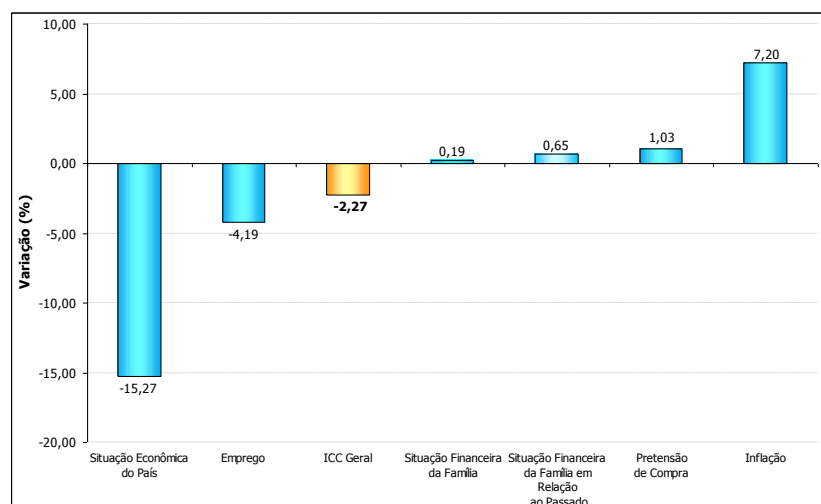
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), dezembro/2014

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	115,66	-2,27	-4,00	-4,00
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	147,09	-5,84	-7,53	-7,53
Situação Econômica do País	99,01	-15,27	-12,28	-12,28
Inflação	76,29	7,20	-5,90	-5,90
Emprego	335,33	-4,19	-5,04	-5,04
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	117,01	0,46	-1,27	-1,27
Situação Financeira da Família	125,42	0,19	2,45	2,45
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	123,08	0,65	-3,28	-3,28
Pretensão de Compra	81,71	1,03	-9,58	-9,58

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 5,84% em comparação ao mês anterior, ao contrário do **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com aumento de 0,46%. O item *Inflação* foi o que apresentou a maior variação positiva, de 7,20%, e o item *Situação Econômica do País*, a maior variação negativa do mês, igual a -15,27% (GRAF. 2 e TAB. 1).

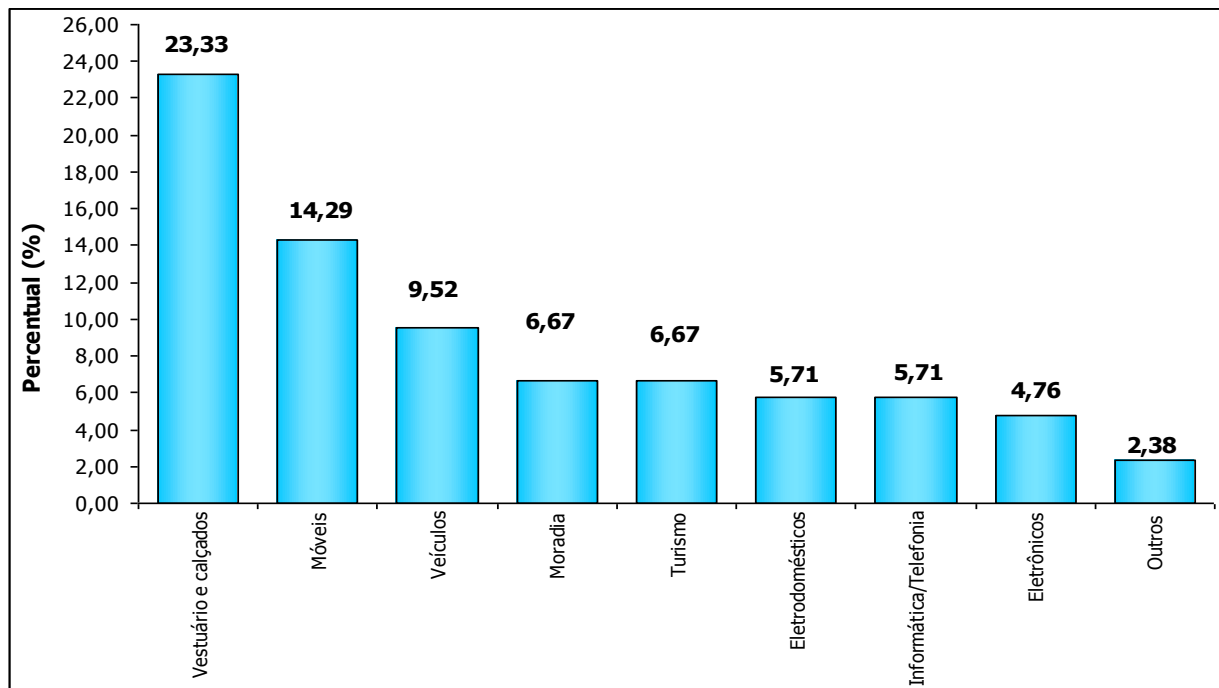
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus *Itens Componentes* (dezembro-14 / novembro-14)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (23,33%), Móveis (14,29%) e Veículos (9,52%) (GRAF. 3). Os homens e mulheres tendem a preferir os mesmos itens: vestuário e móveis (TAB. 2).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

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

Mulheres	Homens
79,82% pretendem comprar	78,22% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 22,94%	1º) Vestuário e calçados = 23,76%
2º) Móveis = 16,51%	2º) Móveis = 11,88%
3º) Turismo e Veículos = 9,17%	3º) Informática/Telefonia e Veículos = 9,90%
4º) Moradia = 7,34%	4º) Eletrodomésticos = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG