

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Janeiro de 2020

Desenvolvido pela Fundação IPEAD, o **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)** de Belo Horizonte é o único indicador, calculado mensalmente, 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 em tempo real com o objetivo de planejar melhor 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%).

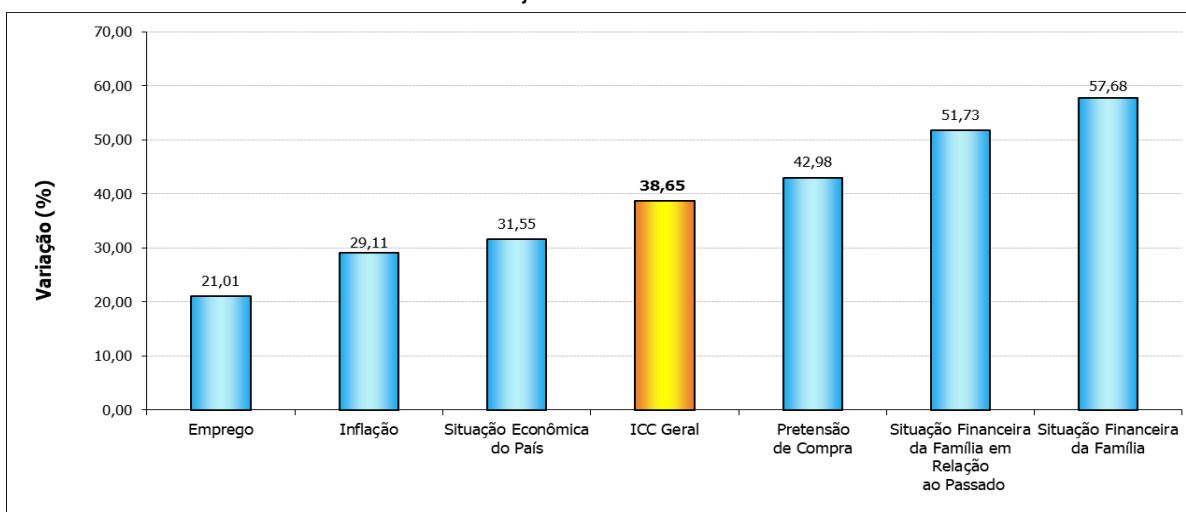
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

Mensalmente, são entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de janeiro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 29/12/19 e 29/01/20, alcançou 38,65 pontos (GRAF. 1), apresentando uma alta de 1,54% (TAB. 1) na comparação com o mês de dezembro/2019. No entanto, ressalta-se que o índice permanece abaixo dos 50 pontos, nível que separa o pessimismo do otimismo.

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.

Gráfico 1: Belo Horizonte, *Itens Componentes do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, janeiro/2020



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), janeiro/2020

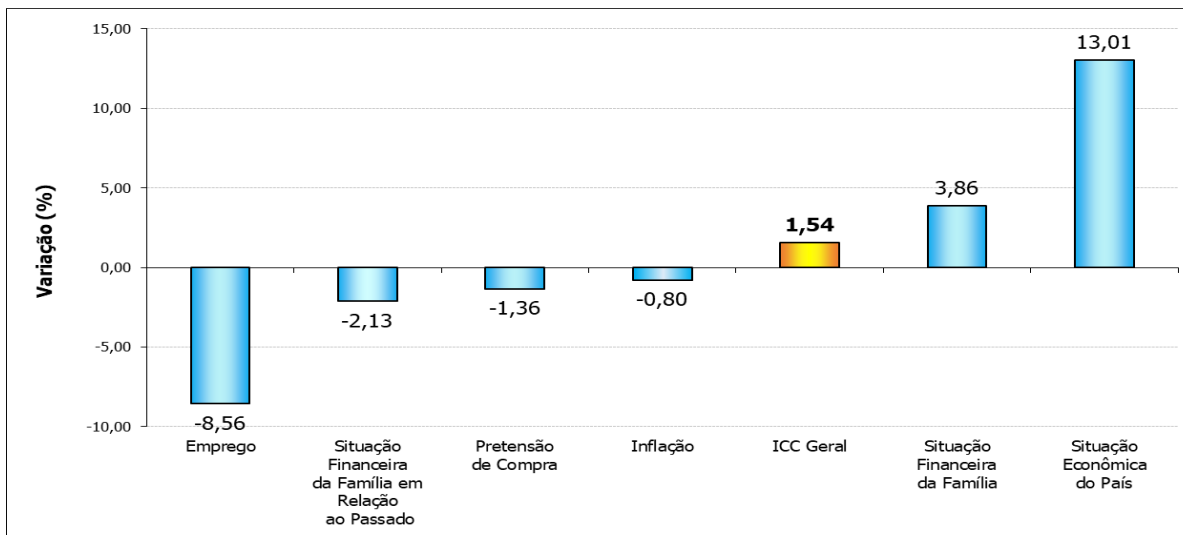
Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	100,79	1,54	1,54	-1,56
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	115,99	1,48	1,48	-6,46
Situação Econômica do País	100,48	13,01	13,01	2,16
Inflação	89,89	-0,80	-0,80	-7,56
Emprego	161,33	-8,56	-8,56	-14,71
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	108,94	1,56	1,56	1,70
Situação Financeira da Família	115,96	3,86	3,86	2,76
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	116,79	-2,13	-2,13	1,75
Pretensão de Compra	76,27	-1,36	-1,36	-1,62

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma alta de 1,48% em comparação com o mês anterior, influenciado pela melhora na percepção do item *Situação Econômica do País*, cuja elevação foi superior a 10%. Em contrapartida, a percepção do *Emprego* apresentou novo recuo (8,56%).

O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, apresentou também aumento de 1,56% em comparação com o mês de dezembro, sendo o item *Situação Financeira da Família* o que mais contribuiu positivamente, com aumento de 3,86% (GRAF. 2 e TAB. 1).

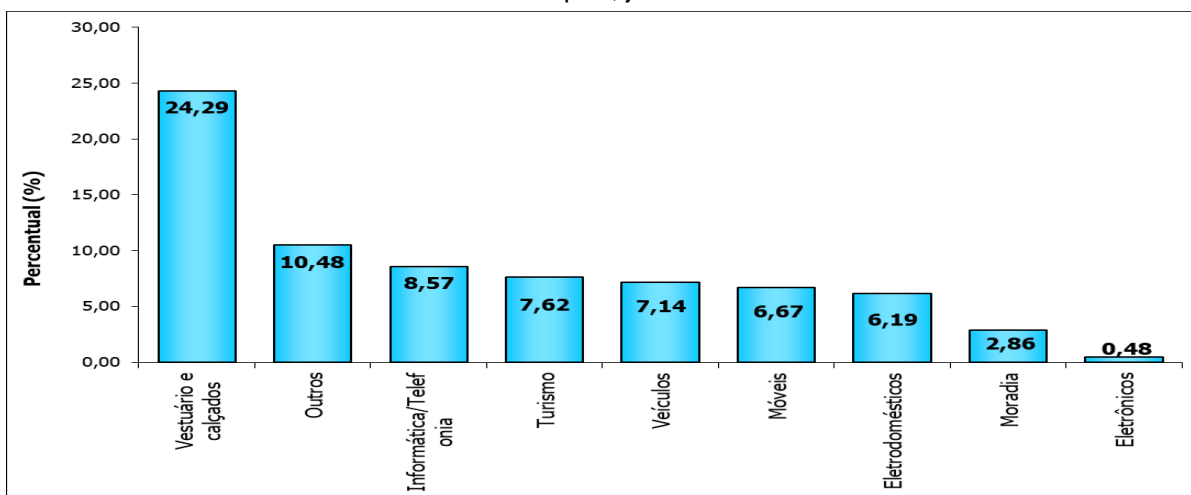
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (janeiro -20 / dezembro-19)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir nos próximos três meses são: Vestuário e Calçados (24,29%), Outros (10,48%) e Informática/Telefonia (8,57%) (GRAF. 3).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, janeiro /2020



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, janeiro/2020

Mulheres	Homens
70,64% pretendem comprar	78,22% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 23,85%	1º) Vestuário e Calçados = 24,75%
2º) Turismo = 8,26%	2º) Outros = 8,91%
3º) Informática/Telefonia = 6,42%	3º) Veículos = 8,91%
4º) Eletrodomésticos = 6,42%	4º) Móveis = 7,92%
5º) Veículos = 5,5%	5º) Turismo = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.