

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

Fevereiro de 2017

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 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.

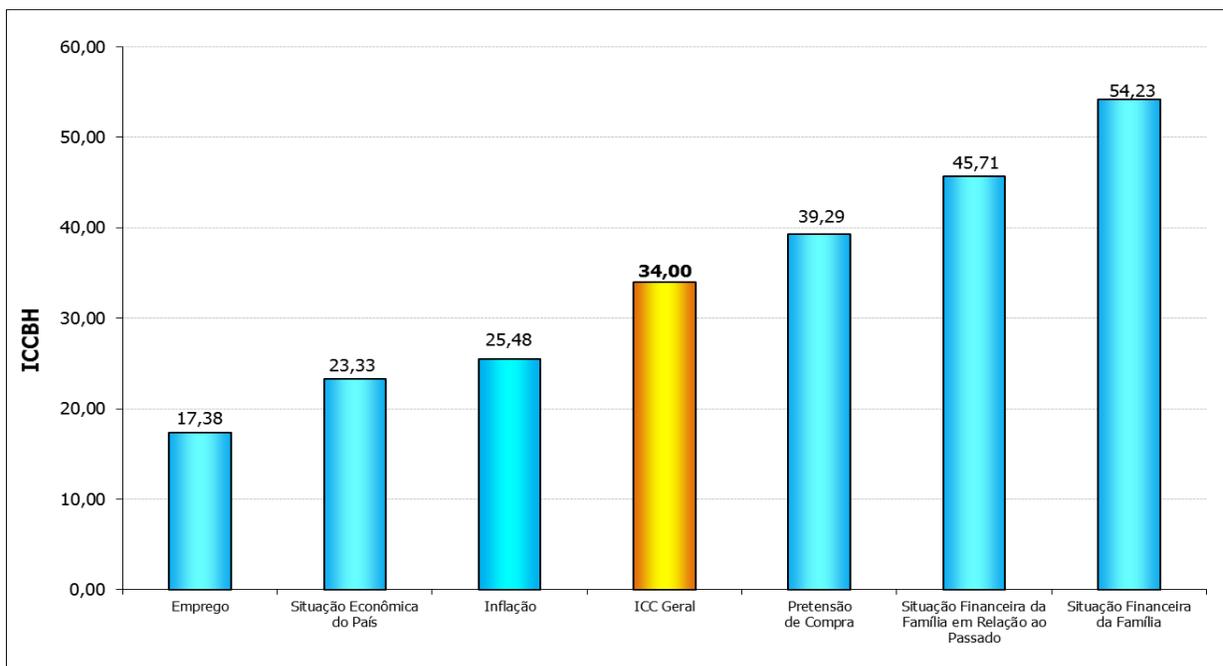
Mensalmente, são entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a fevereiro de 2017, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 01/02/17 e 22/02/17, alcançou 34,00 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês anterior, observou-se um leve aumento de 0,32% (TAB. 1).

---

<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.

**Gráfico 1:** Belo Horizonte, *Itens Componentes do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, fevereiro/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

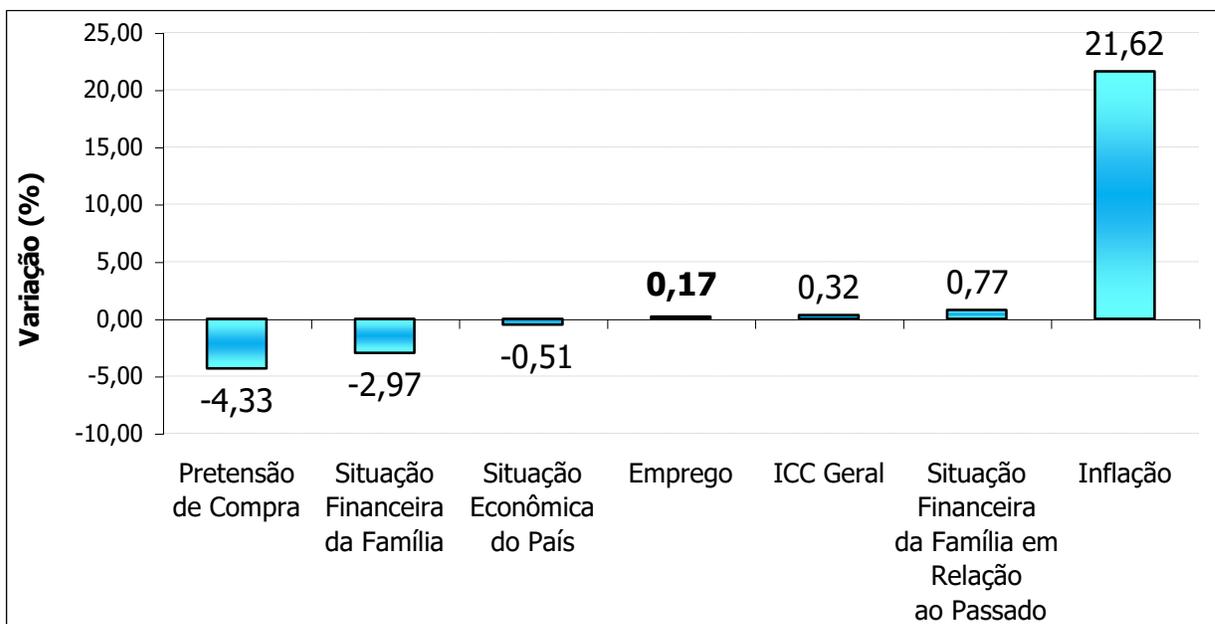
**Tabela 1:** Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, fevereiro/2017

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>88,63</b>	<b>0,32</b>	<b>1,01</b>	<b>-2,75</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>93,73</b>	<b>6,22</b>	<b>6,74</b>	<b>-4,45</b>
Situação Econômica do País	74,34	-0,51	3,97	-2,02
Inflação	78,70	21,62	23,39	37,66
Emprego	133,40	0,17	-4,56	-30,14
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>100,62</b>	<b>-2,57</b>	<b>-1,77</b>	<b>-1,79</b>
Situação Financeira da Família	109,04	-2,97	-4,00	-4,41
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	103,19	0,77	0,91	-0,26
Pretensão de Compra	69,69	-4,33	3,12	5,79

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma alta de 6,22% em comparação com o mês anterior, influenciado pelo item *Inflação* que apresentou forte alta de 21,62%. Por sua vez o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** apresentou uma queda, igual a 2,57%, influenciado principalmente pelo item *Pretensão de Compra*, o qual apresentou uma variação negativa no mês, igual a 4,33% (GRAF. 2 e TAB. 1).

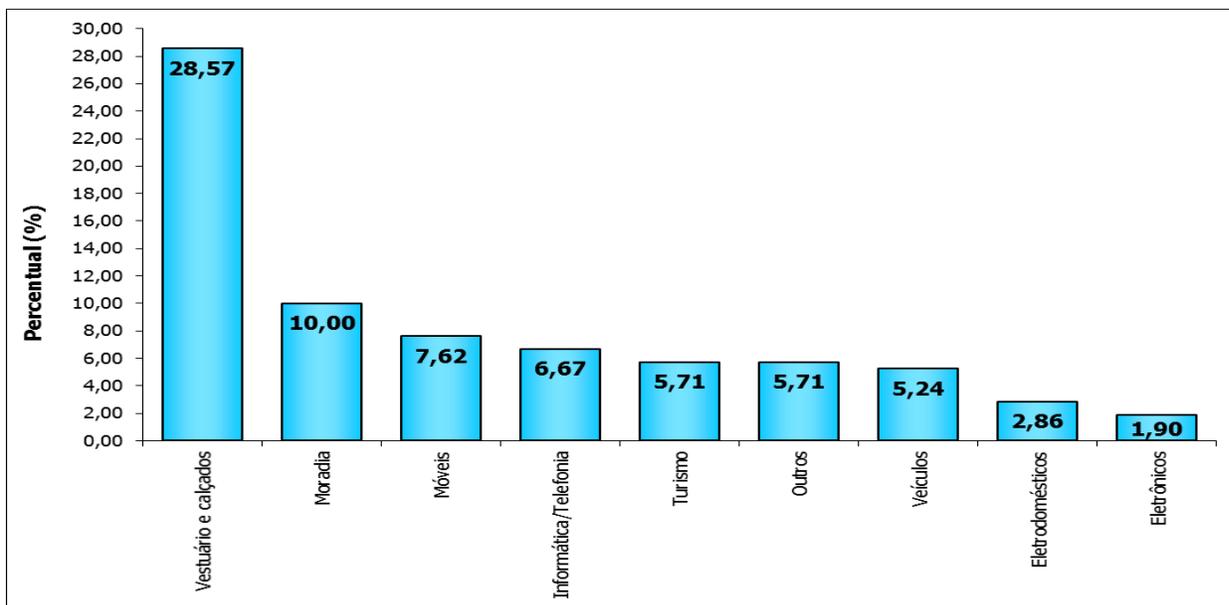
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (fevereiro- / janeiro-17)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (28,57%), Moradia (10,00%), Móveis (7,62%) e Informática/Telefonia (6,87%) (GRAF. 3).

**Gráfico 3:** Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, fevereiro/2017





**Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas,  
Administrativas e Contábeis de Minas Gerais**

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

**Tabela 2:** Belo Horizonte, Pretensão de Compra, Estratificada por Sexo, fevereiro/2017

<b>Mulheres</b>	<b>Homens</b>
71,56% pretendem comprar	77,23% pretendem comprar
<b>Itens mais citados</b>	
1º) Vestuário e calçados = 32,11%	1º) Vestuário e calçados = 24,75%
2º) Moradia = 7,34%	2º) Moradia = 12,87%
3º) Móveis = 7,34%	3º) Veículos = 8,91%
4º) Informática / Telefonia = 6,42%	4º) Móveis = 7,92%
5º) Turismo = 5,50%	5º) Outros = 7,92%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.