

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

Fevereiro 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 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.

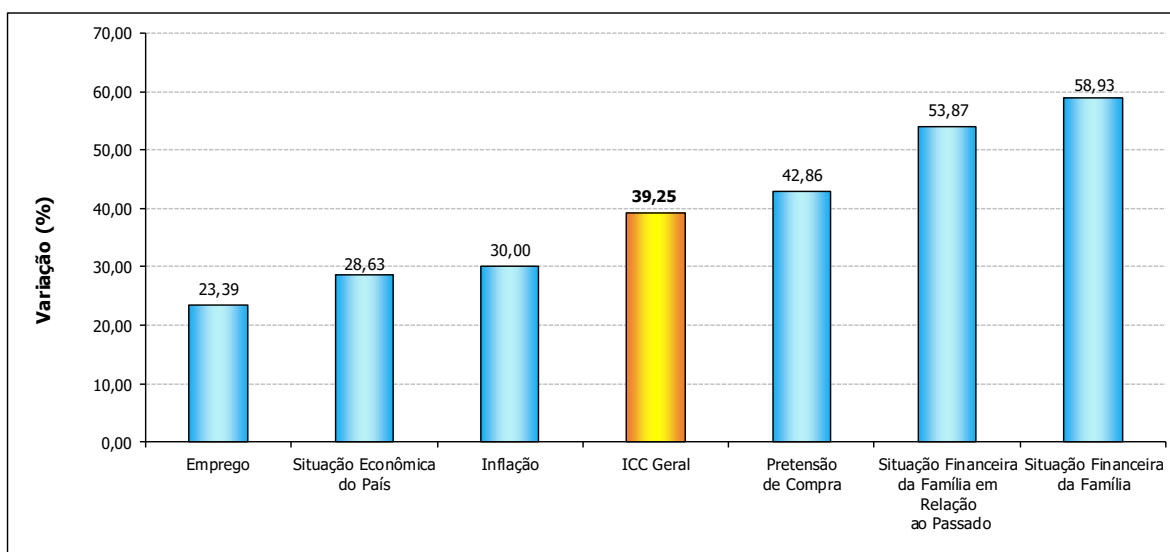
Mensalmente, são entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de fevereiro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 30/01/2020 e 27/02/2020, alcançou 39,25 pontos (GRAF. 1), apresentando uma alta de 1,55% (TAB. 1) na comparação com o mês de janeiro. No entanto, ressalta-se que o índice permanece abaixo dos 50 pontos, nível que separa o pessimismo do otimismo.

---

<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/2020



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

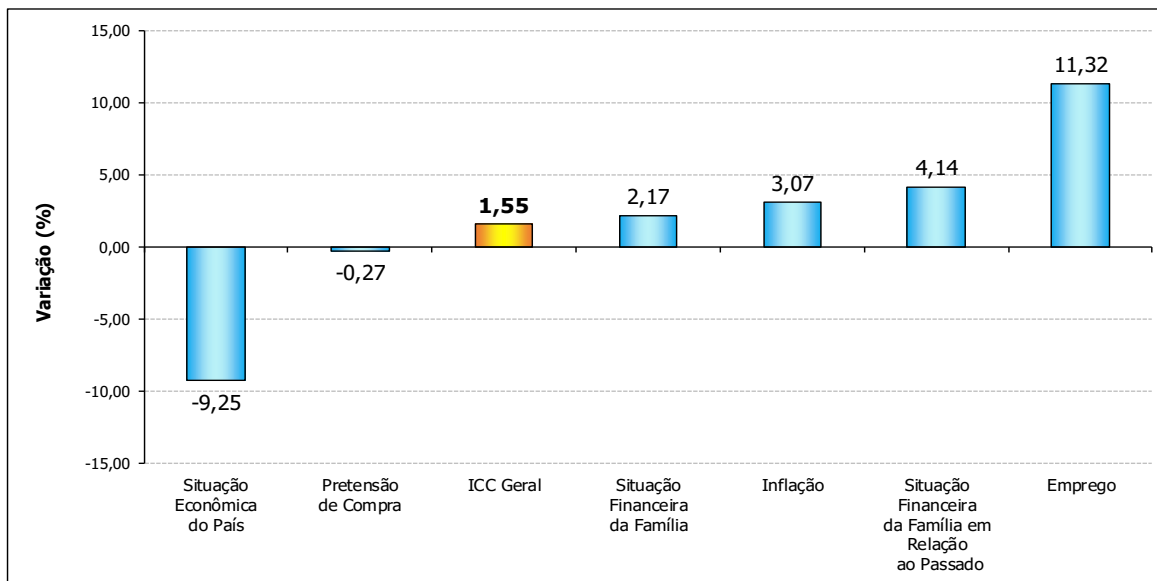
Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>102,35</b>	<b>1,55</b>	<b>3,11</b>	<b>0,50</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>116,80</b>	<b>0,70</b>	<b>2,19</b>	<b>-7,75</b>
Situação Econômica do País	91,19	-9,25	2,56	-11,38
Inflação	92,65	3,07	2,24	0,20
Emprego	179,59	11,32	1,79	-10,46
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>111,21</b>	<b>2,08</b>	<b>3,67</b>	<b>6,21</b>
Situação Financeira da Família	118,47	2,17	6,11	5,33
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	121,63	4,14	1,92	8,51
Pretensão de Compra	76,06	-0,27	-1,62	6,53

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma alta de 0,70% em comparação com o mês anterior, influenciado pela melhora na percepção do item *Emprego*, cuja elevação foi superior a 10%. Em contrapartida, a percepção sobre a *Situação Econômica do País* apresentou grande recuo de 9,25%.

O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, também apresentou aumento de 2,08% em comparação com o mês de janeiro, sendo o item *Situação Financeira da Família em relação ao passado* o que mais contribuiu positivamente, com aumento de 4,14% (GRAF. 2 e TAB. 1).

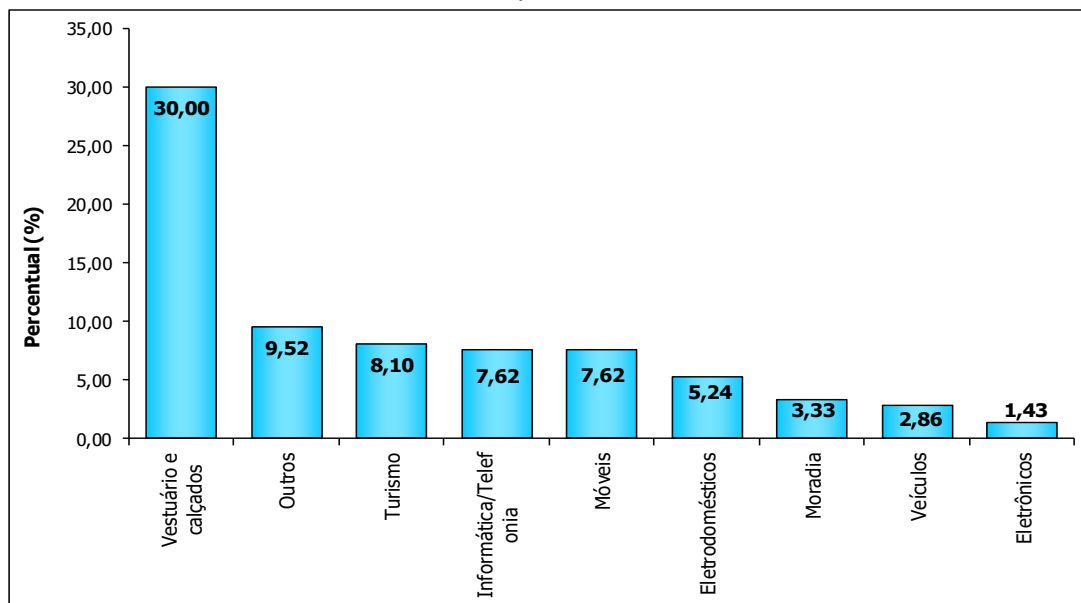
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (fevereiro -20 / janeiro-20)



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 (30,0%), Outros (9,52%) e Turismo (8,10%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

<b>Mulheres</b>	<b>Homens</b>
75,23% pretendem comprar	76,24% pretendem comprar
<b>Itens mais citados</b>	
1º) Vestuário e Calçados = 32,11%	1º) Vestuário e Calçados = 27,72%
2º) Móveis = 11,01%	2º) Informática/Telefonia = 10,89%
3º) Outros = 10,09%	3º) Outros = 8,91%
4º) Turismo = 10,09%	4º) Eletrodomésticos = 6,93%
5º) Informática/Telefonia = 4,59%	5º) Turismo = 5,94%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.