

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Março 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 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%).

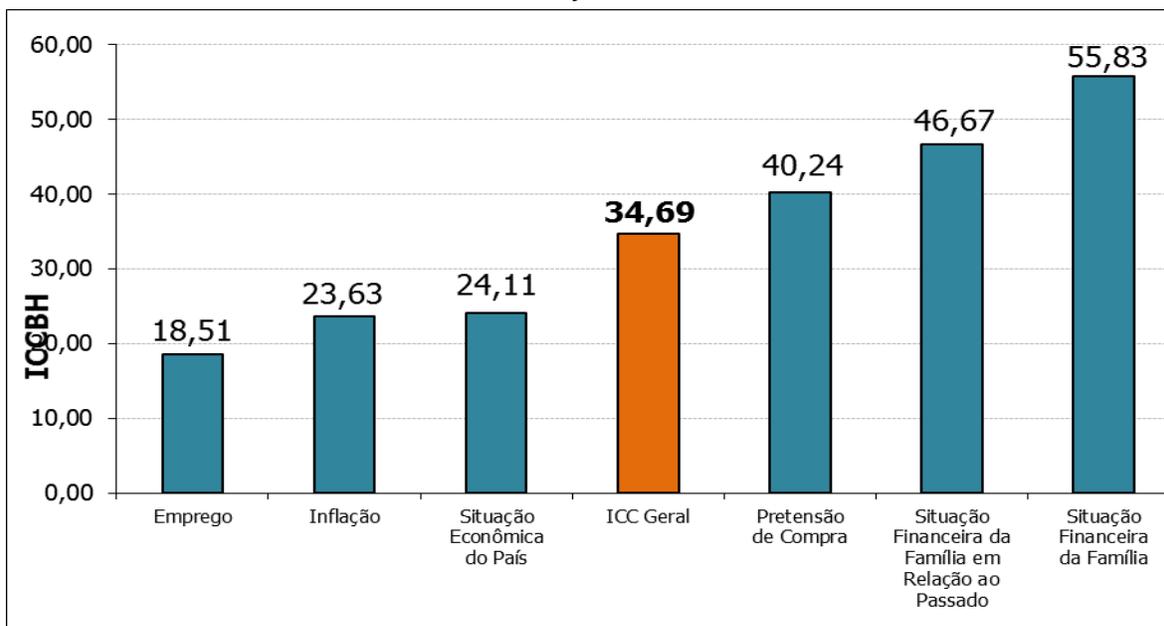
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 a março de 2017, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 01/03/17 e 27/03/17, alcançou 34,69 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês anterior, observou-se um aumento de 2,03% (TAB. 1).

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)*, março/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

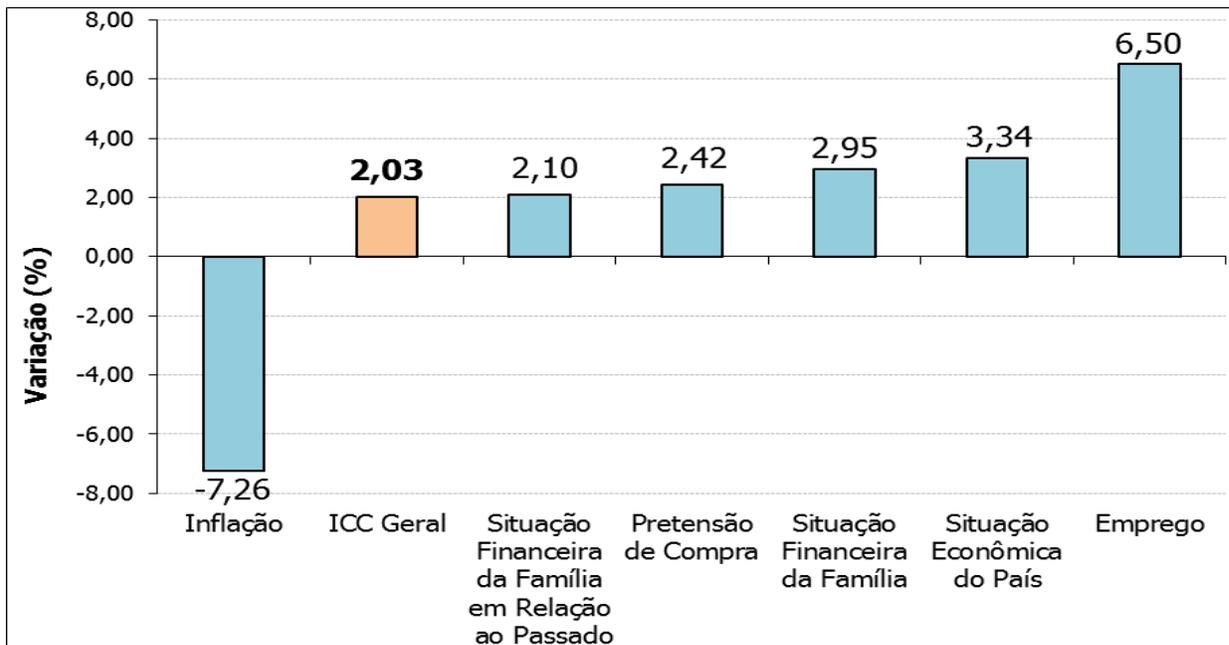
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), março/2017

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	90,43	2,03	3,06	3,77
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	94,37	0,69	7,48	2,39
Situação Econômica do País	76,83	3,34	7,44	16,42
Inflação	72,98	-7,26	14,43	21,80
Emprego	142,07	6,50	1,65	-20,66
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	103,34	2,70	0,88	4,52
Situação Financeira da Família	112,25	2,95	-1,17	0,85
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	105,36	2,10	3,02	10,75
Pretensão de Compra	71,37	2,42	5,62	11,19

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma alta de 0,69% em comparação com o mês anterior, influenciado pelo item *Emprego* que apresentou alta de 6,50%, mesmo com a retração do item *Inflação* que recuou 7,26%. Apresentando o mesmo comportamento, o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** apresentou uma alta, igual a 2,70%, influenciado por todos os itens, principalmente por *Situação financeira da família*, na qual apresentou uma variação positiva igual a 2,90% (GRAF. 2 e TAB. 1).

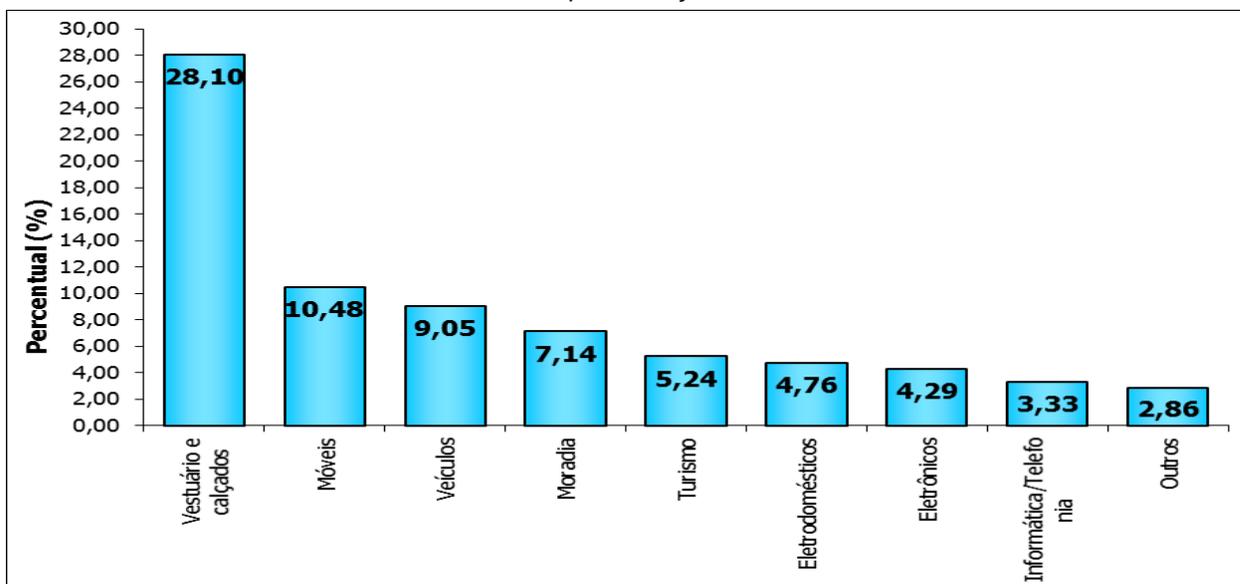
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (março- / fevereiro-17)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (28,10%), Móveis (10,48%), Veículos (9,05%) e Moradia (7,14%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, março/2017

Mulheres	Homens
72,48% pretendem comprar	78,22% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 30,28%	1º) Vestuário e calçados = 25,74%
2º) Móveis = 13,76%	2º) Veículos = 12,87%
3º) Eletrônicos = 6,42%	3º) Moradia = 10,89%
4º) Veículos = 5,50%	4º) Turismo = 7,92%
	5º) Móveis = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.