

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

Março de 2019

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.

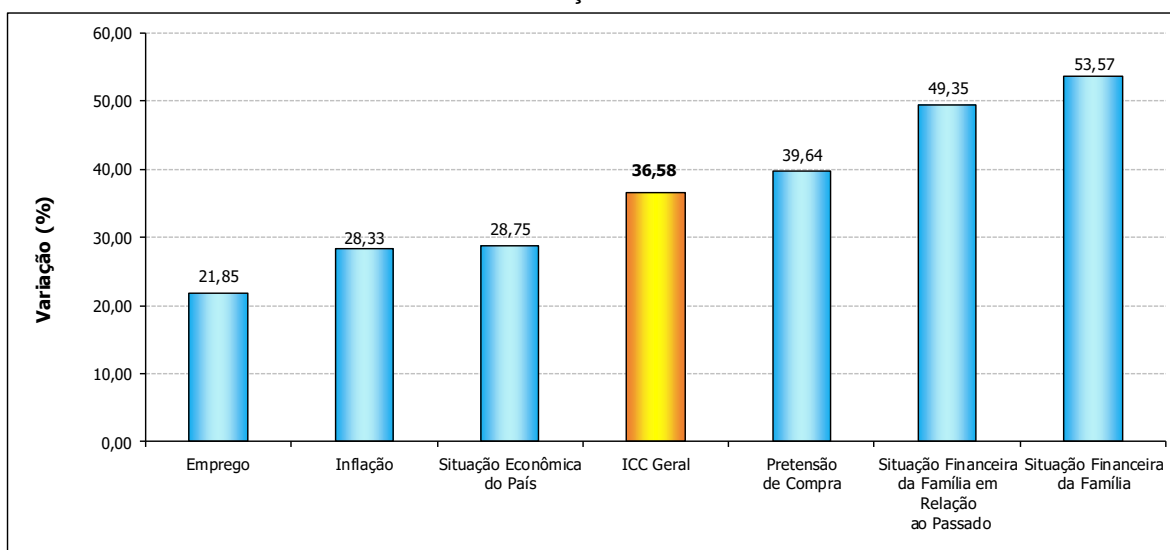
Mensalmente, são entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de março, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 28/02/19 e 26/03/19, alcançou 36,58 pontos (GRAF. 1), apresentando uma queda de 6,35% (TAB. 1) na comparação com o mês de fevereiro/2019. Destaca-se ainda, que o índice permanece abaixo dos 50 pontos, nível que separa o pessimismo do otimismo, sendo a menor pontuação dos últimos seis meses.

---

<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)*, março/2019



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

**Tabela 1:** Belo Horizonte, Evolução do **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)**, março/2019

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>95,38</b>	<b>-6,35</b>	<b>-7,19</b>	<b>-2,52</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>112,45</b>	<b>-11,18</b>	<b>-10,05</b>	<b>2,83</b>
Situação Econômica do País	91,53	-11,05	-7,66	4,74
Inflação	87,48	-5,38	-8,64	5,48
Emprego	167,71	-16,38	-14,05	-1,84
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>101,56</b>	<b>-3,00</b>	<b>-5,28</b>	<b>-5,68</b>
Situação Financeira da Família	107,69	-4,26	-4,97	-6,74
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	111,43	-0,59	-3,49	-3,70
Pretensão de Compra	70,34	-1,49	-8,01	-4,29

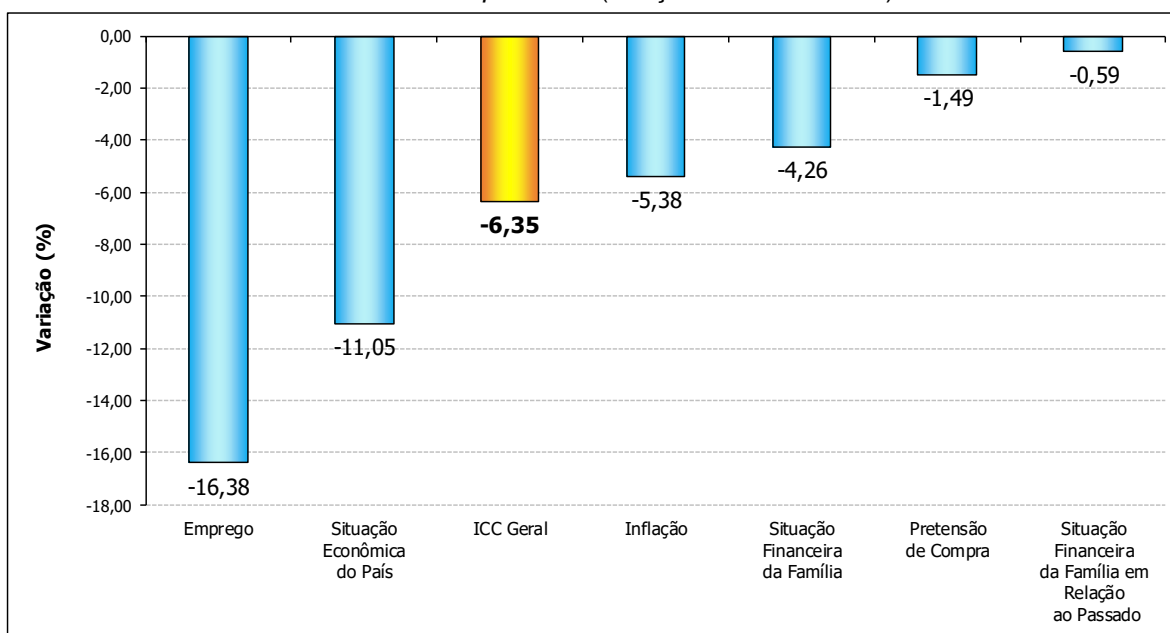
FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 11,18% em comparação com o mês anterior, influenciado principalmente pelo item *Emprego* e *Situação Econômica do País*, ambos com quedas superiores a 10%. Segundo os dados divulgados pelo IBGE da PNAD-contínua, o desemprego no Brasil aumentou para 12% no trimestre finalizado em janeiro/2019.

Com exceção dos meses de agosto e junho de 2018, o “*Emprego*” é o item que mais contribuiu para alimentar o pessimismo dos consumidores belo-horizontinos desde abril de 2016. Antes desse período, a “*Inflação*” predominou por 6 anos (desde maio/2010) como a componente de maior contribuição para o pessimismo dos entrevistados.

O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, também apresentou queda de 3% em comparação com o mês de fevereiro, sendo o item *Situação financeira da família* o que mais contribuiu, com variação negativa igual a -4,26% no mês (GRAF. 2 e TAB. 1). Destaca-se que o período de preenchimento e envio das declarações de imposto de renda ao longo do mês de março pode ter influenciado negativamente no humor dos consumidores. Trata-se da menor pontuação observada para essa componente nos últimos dez meses.

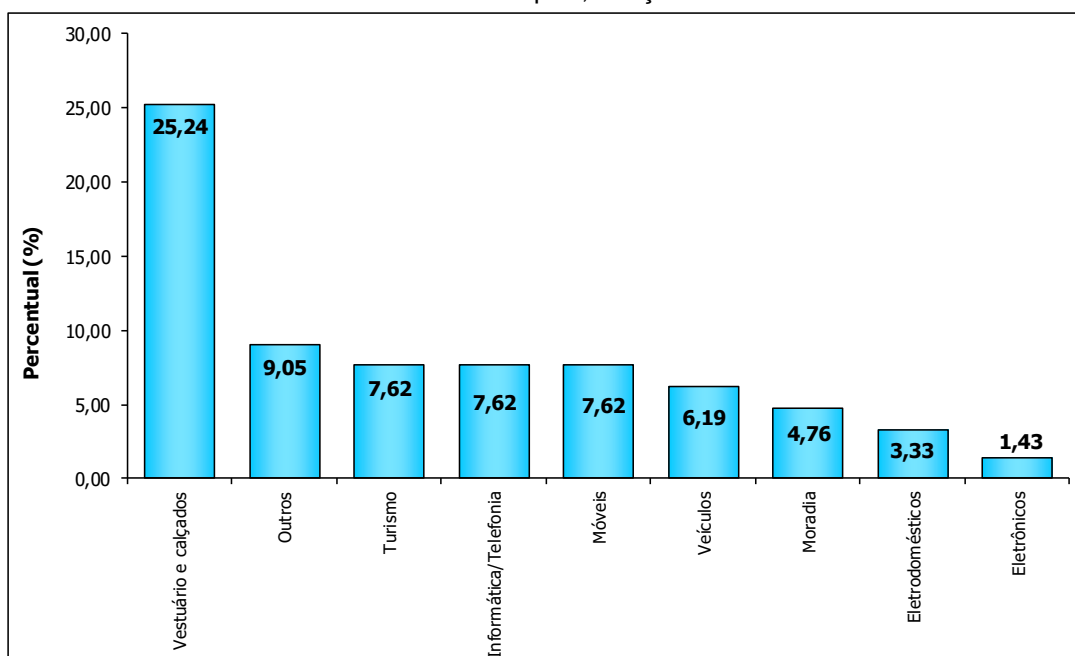
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (março-19 / fevereiro-19)



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 (25,24%), Outros (9,05%) e Turismo e Telefonia (7,62%), sendo o turismo influenciado pelo feriado da semana santa em meados de abril (GRAF. 3).

**Gráfico 3:** Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, março/2019



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

**Tabela 2:** Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, março/2019

Mulheres	Homens
72,48% pretendem comprar	73,27% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 29,36%	1º) Vestuário e Calçados = 20,79%
2º) Outros = 11,93%	2º) Veículos = 11,88%
3º) Turismo = 8,26%	3º) Móveis = 9,9%
4º) Informática/Telefonia = 6,42%	4º) Informática/Telefonia = 8,91%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.