

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Março 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%).

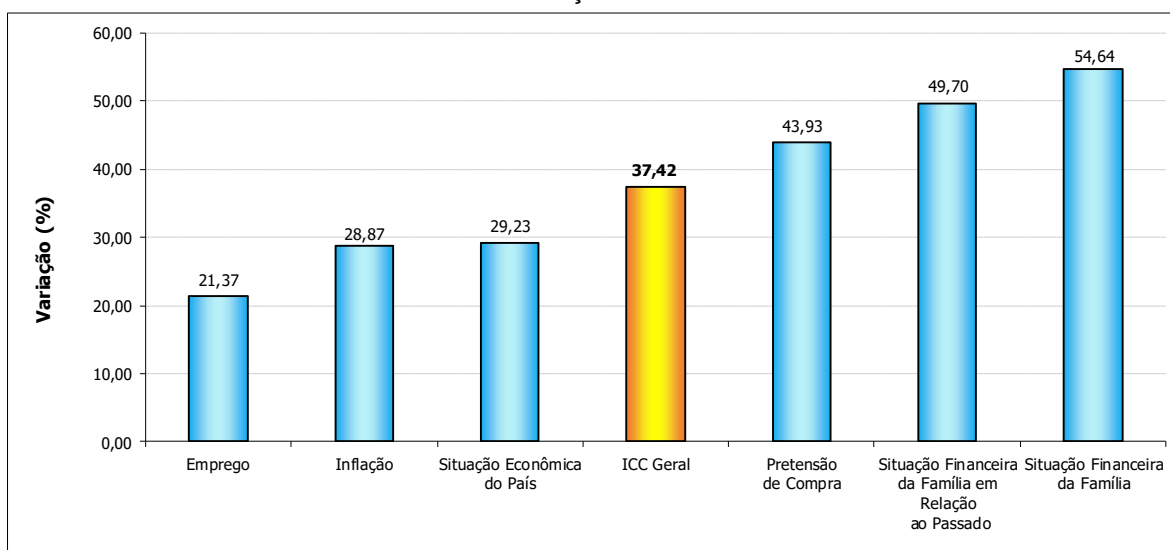
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 março, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 29/02/2020 e 26/03/2020, alcançou 37,42 pontos (GRAF. 1), apresentando uma queda de 4,67% (TAB. 1) na comparação com o mês de fevereiro. 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)*, março/2020



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

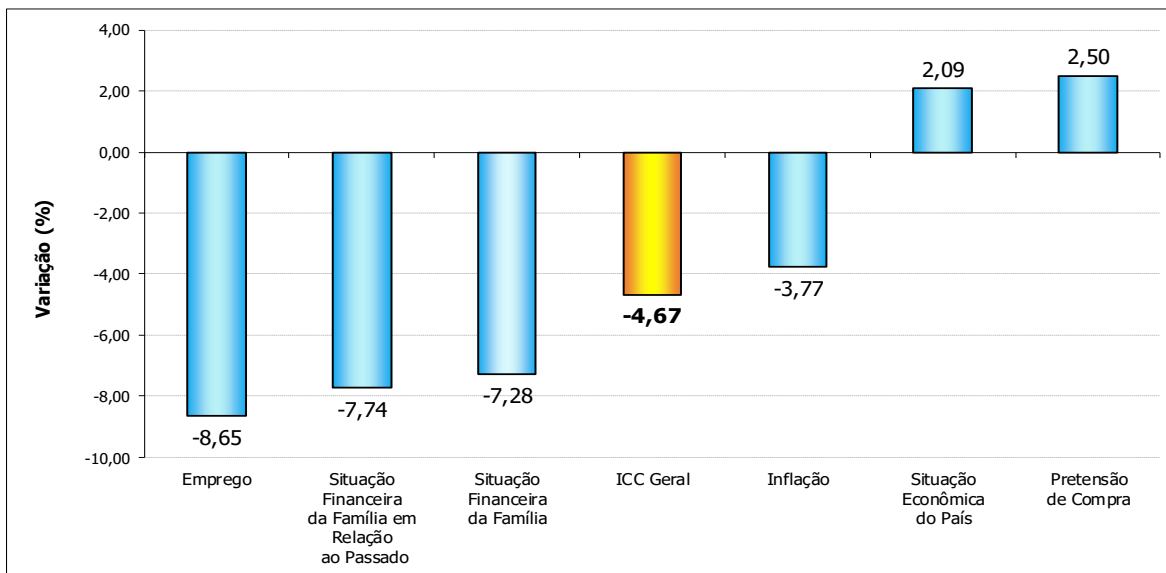
| Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH | Base Fixa Maio/2004=100 | Variação do ICCBH (%) | | |
|--|----------------------------|-----------------------|--------------|-------------|
| | | Mês | Ano | 12 meses |
| ICC – Índice Geral | 97,58 | -4,67 | -1,70 | 2,30 |
| IEE (Índice de Expectativa Econômica) | 112,95 | -3,30 | -1,18 | 0,44 |
| Situação Econômica do País | 93,10 | 2,09 | 4,71 | 1,71 |
| Inflação | 89,16 | -3,77 | -1,61 | 1,91 |
| Emprego | 164,06 | -8,65 | -7,01 | -2,17 |
| IEF (Índice de Expectativa Financeira) | 105,11 | -5,48 | -2,02 | 3,49 |
| Situação Financeira da Família | 109,85 | -7,28 | -1,61 | 2,01 |
| Situação Financeira da Família em Relação ao Passado | 112,22 | -7,74 | -5,96 | 0,71 |
| Pretensão de Compra | 77,97 | 2,50 | 0,84 | 10,84 |

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 3,30% em comparação com o mês anterior, influenciado pela piora na percepção do item *Emprego*, cuja retração foi superior a 8%. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, também apresentou queda, mais acentuada, igual a 5,48% em comparação com o mês de fevereiro, sendo o item *Situação Financeira da Família em relação ao passado* o que mais contribuiu negativamente, com recuo de 7,74% (GRAF. 2 e TAB. 1).

O mês de março foi fortemente influenciado pela pandemia do Covid-19, principalmente na segunda quinzena, após a situação de quarentena e o fechamento do comércio na cidade.

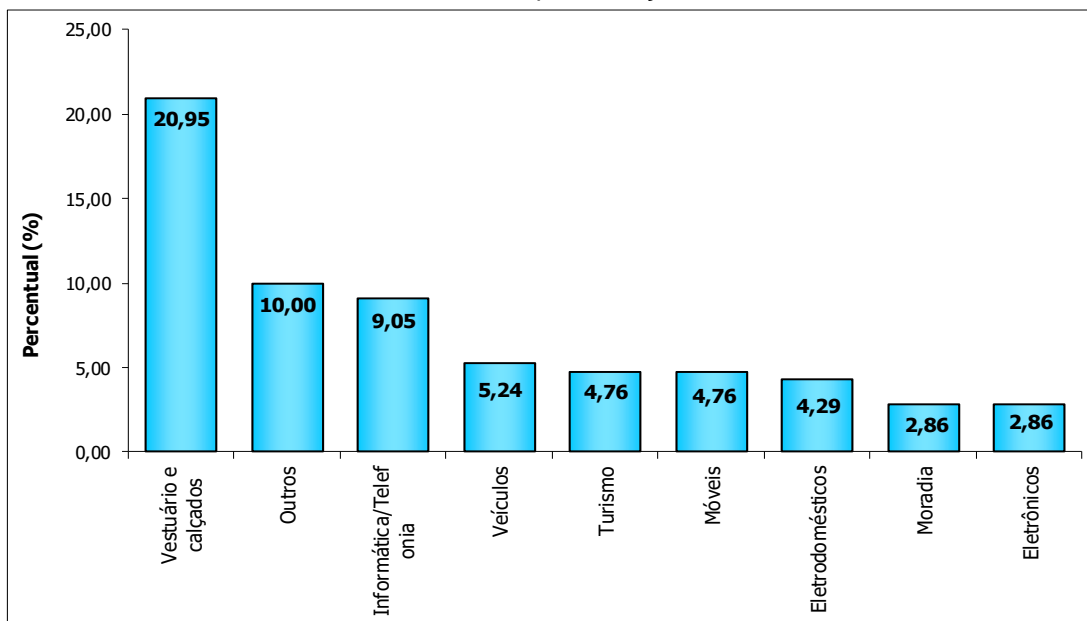
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (março -20 / fevereiro-20)



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 (20,95%), Outros (10,00%) e Informática/Telefonia (9,05%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

| Mulheres | Homens |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| 60,55% pretendem comprar | 69,31% pretendem comprar |
| Itens mais citados | |
| 1º) Vestuário e Calçados = 26,61% | 1º) Vestuário e Calçados = 14,85% |
| 2º) Outros = 8,26% | 2º) Informática/Telefonia = 14,85% |
| 3º) Móveis = 6,42% | 3º) Outros = 11,88% |
| 4º) Turismo = 4,59% | 4º) Veículos = 6,93% |
| 5º) Informática/Telefonia = 3,67% | 5º) Eletrodomésticos = 5,94% |

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.