

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Abril de 2018

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%).

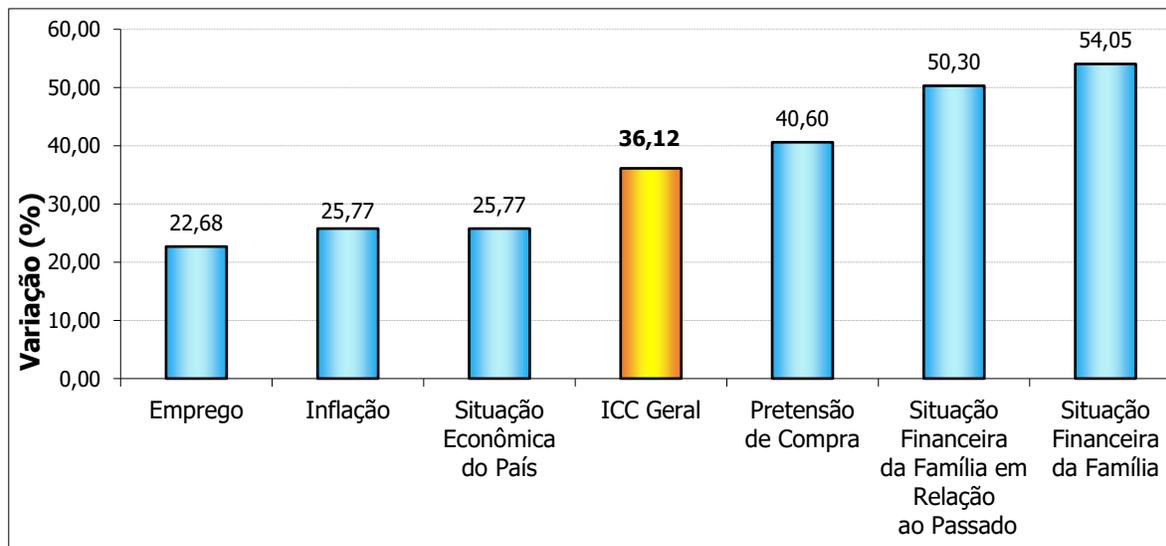
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 abril de 2018, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 29/03/18 e 27/04/18, alcançou 36,12 pontos (GRAF. 1), apresentando uma queda de 3,77% (TAB. 1) na comparação com o mês anterior. Destaca-se ainda 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)*, abril/2018



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

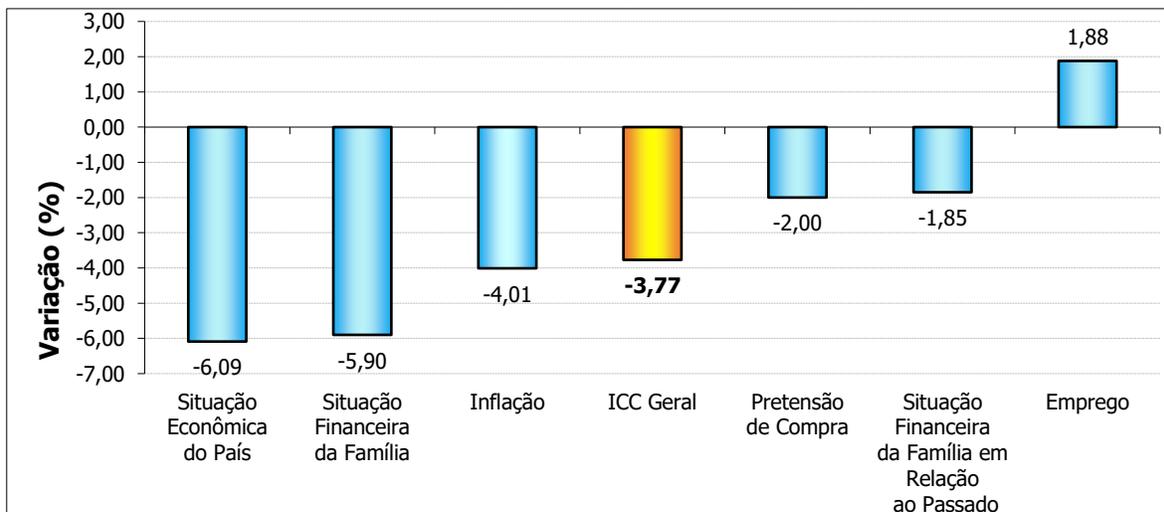
Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, abril/2018

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	94,16	-3,77	-3,12	7,76
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	106,33	-2,77	-1,28	19,10
Situação Econômica do País	82,07	-6,09	-0,71	11,49
Inflação	79,61	-4,01	-3,77	18,29
Emprego	174,06	1,88	0,27	28,27
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	102,98	-4,36	-4,18	1,99
Situação Financeira da Família	108,65	-5,90	-5,71	0,76
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	113,56	-1,85	-1,87	4,73
Pretensão de Compra	72,02	-2,00	-1,71	3,06

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 2,77% em comparação com o mês anterior, influenciado principalmente pelo item *Situação Econômica do País* que recuou 6,09%. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** também apresentou retração de 4,36%, sendo o item *Situação Financeira da Família* o que mais contribuiu, com variação negativa igual a 5,90% no mês (GRAF. 2 e TAB. 1).

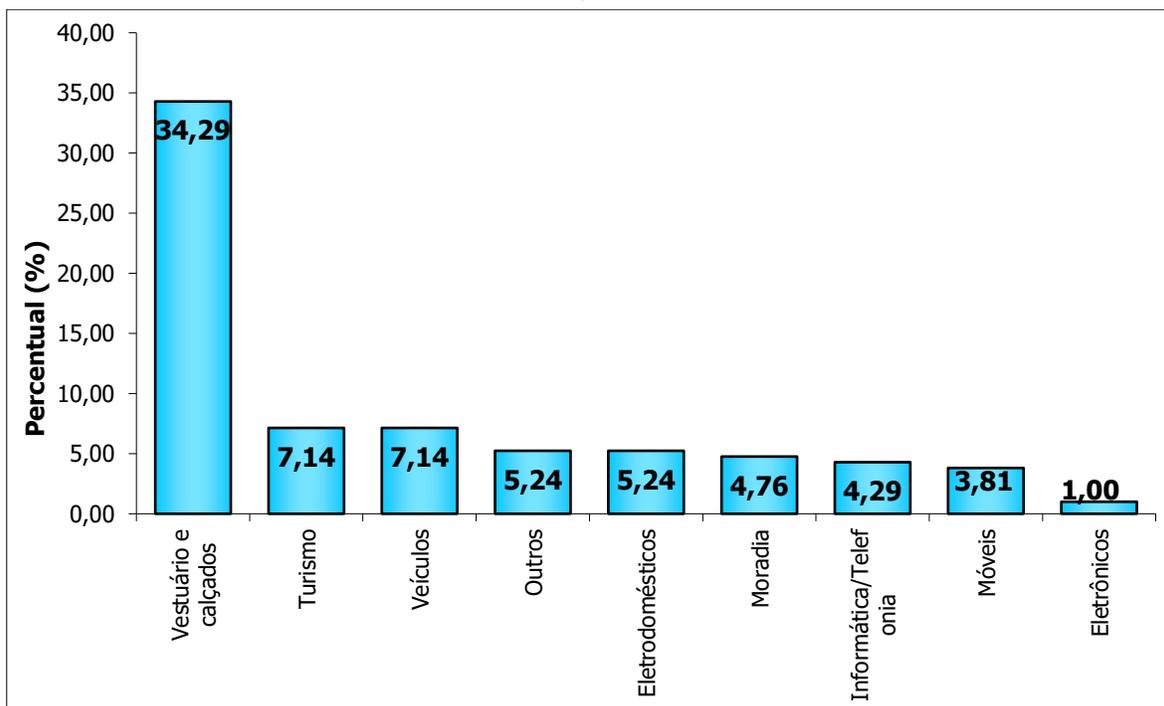
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (abril-18 / março-17)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (34,29%), Turismo e Veículos (7,14%) (GRAF. 3).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, abril/2018



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, abril/2018

Mulheres	Homens
77,06% pretendem comprar	71,29% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 37,61%	1º) Vestuário e Calçados = 30,69%
2º) Veículos = 8,26%	2º) Outros = 7,92%
3º) Móveis = 8,26%	3º) Turismo = 6,93%
4º) Outros = 6,42%	4º) Veículos = 5,94%
5º) Moradia = 4,59%	5º) Moradia = 5,94%
6º) Eletrodomésticos = 3,67%	6º) Eletrônicos = 5,94%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.