

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Maio 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%).

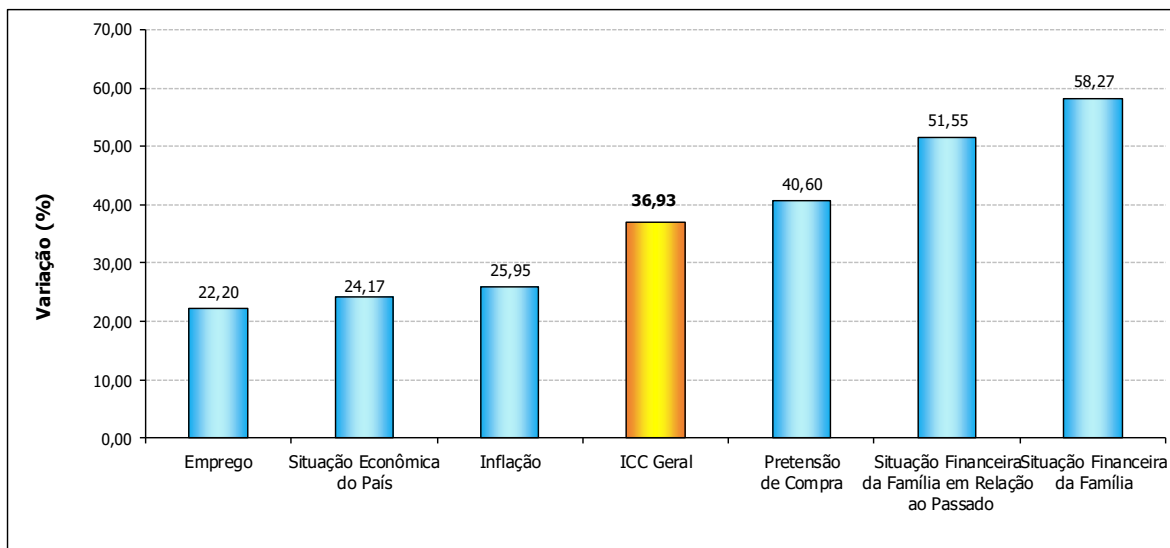
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 maio de 2018, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 28/04/18 e 28/05/18, alcançou 36,93 pontos (GRAF. 1), apresentando um aumento de 2,25% (TAB. 1) na comparação com o mês anterior. Entretanto, destaca-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)*, maio/2018



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

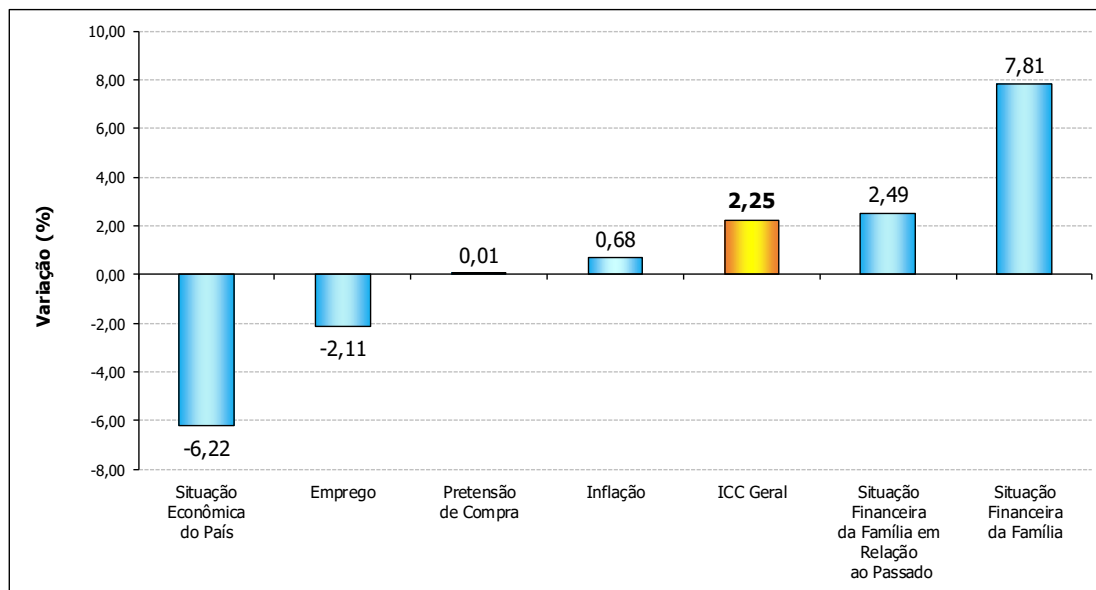
Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, maio/2018

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	96,28	2,25	-0,94	12,91
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	103,45	-2,71	-3,96	24,23
Situação Econômica do País	76,96	-6,22	-6,89	22,60
Inflação	80,16	0,68	-3,12	13,53
Emprego	170,38	-2,11	-1,84	37,12
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	108,33	5,20	0,80	7,53
Situação Financeira da Família	117,14	7,81	1,66	9,12
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	116,39	2,49	0,57	7,72
Pretensão de Compra	72,03	0,01	-1,70	2,45

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 2,71% em comparação com o mês anterior, influenciado principalmente pelo item *Situação Econômica do País* que recuou 6,22%. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, por sua vez, apresentou um aumento de 5,20%, sendo o item *Situação Financeira da Família* o que mais contribuiu, com variação igual a 7,81% no mês (GRAF. 2 e TAB. 1).

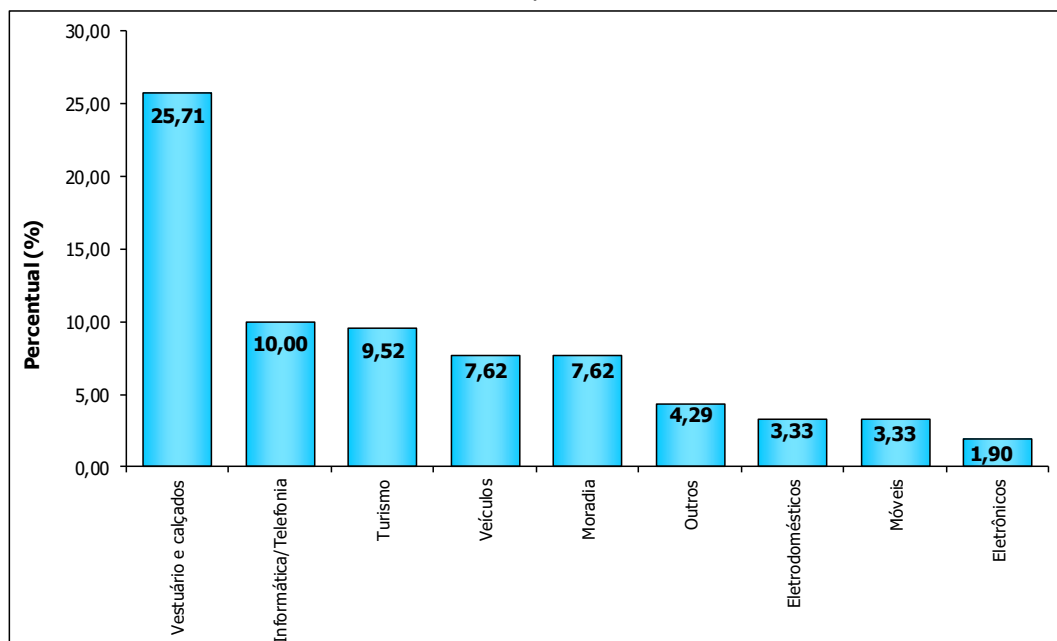
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (maio-18 / abril-17)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (25,71%), Informática/Telefonia (10%) e Turismo (9,52%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
70,64% pretendem comprar	78,22% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 32,11%	1º) Vestuário e Calçados = 18,81%
2º) Turismo = 10,09%	2º) Informática/Telefonia = 12,87%
3º) Informática/Telefonia = 7,34%	3º) Moradia = 11,88%
4º) Veículos = 5,5%	4º) Veículos = 9,9%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.