

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Maio 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.

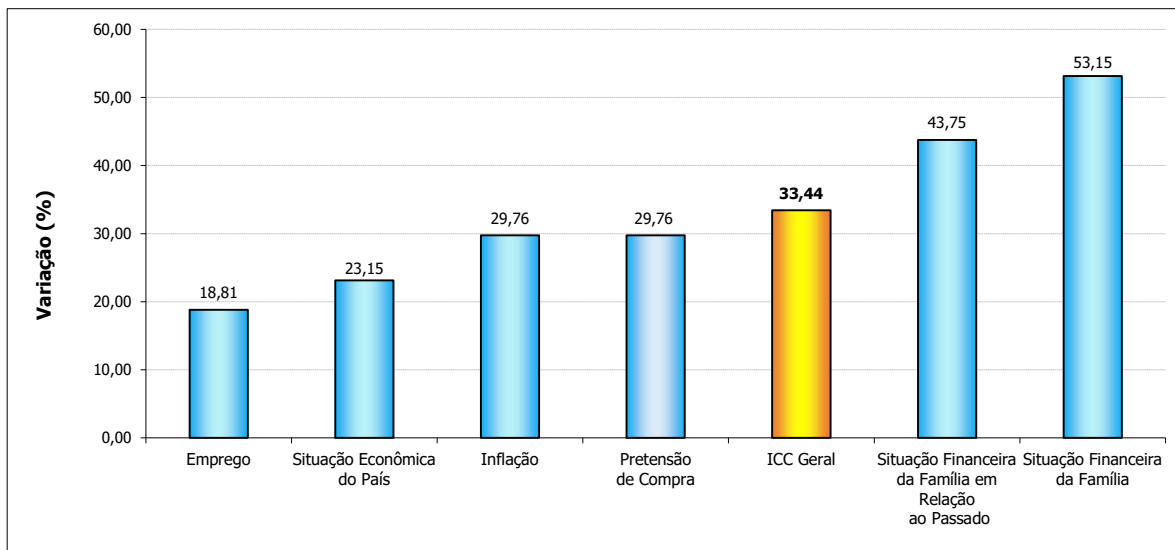
Mensalmente, são entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

Destaca-se que, nos meses de abril e maio de 2020, a pesquisa do ICC foi totalmente realizada por telefone, em consonância com as medidas orientadas pelos órgãos oficiais ao combate do Covid-19.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de maio, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 04/05/2020 e 27/05/2020, subiu para **33,44** pontos (GRAF. 1), apresentando um aumento de 8,70% (TAB. 1) na comparação com o mês de abril. Apesar da elevação, 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/2020



FONTES: Fundação IPEAD/UFMG.

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

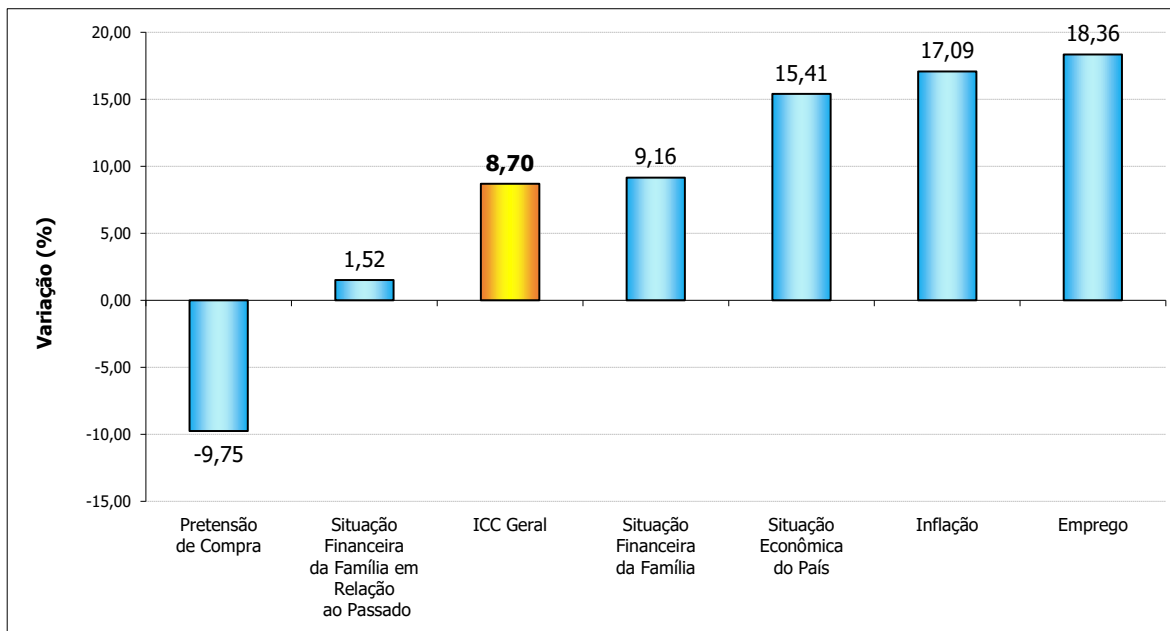
Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	87,19	8,70	-12,17	-6,34
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	101,11	16,93	-11,54	-3,29
Situação Econômica do País	73,74	15,41	-17,06	-4,17
Inflação	91,92	17,09	1,44	5,96
Emprego	144,39	18,36	-18,16	-11,51
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	93,84	4,18	-12,52	-8,12
Situação Financeira da Família	106,85	9,16	-4,30	0,67
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	98,79	1,52	-17,22	-6,84
Pretensão de Compra	52,83	-9,75	-31,68	-33,13

FONTES: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma elevação de 16,93% em comparação com o mês anterior, influenciado pela melhora na percepção dos consumidores em todas as componentes, superior a 15%. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, também apresentou aumento, igual a 4,18% em comparação com o mês de abril, sendo o item *Pretensão de compras* o único que apresentou variação negativa, com recuo de 9,75% (GRAF. 2 e TAB. 1).

A manutenção do quadro de pandemia do Covid-19 atua de forma consistente na percepção negativa da população como um todo, no entanto ela se mostrou menos pessimista no mês de maio, ao ser comparado com o mês de abril.

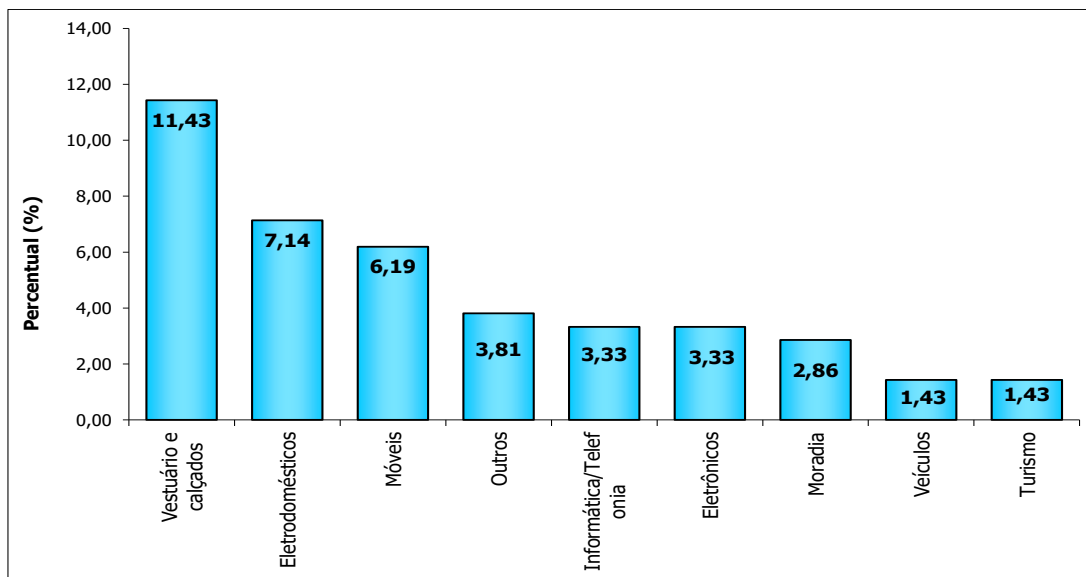
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (maio -20 / abril-20)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos poucos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir nos próximos três meses são: Vestuário e Calçados (11,43%), Eletrodomésticos (7,14%) e Móveis (6,19%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
44,04% pretendem comprar	39,6% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 13,76%	1º) Vestuário e Calçados = 8,91%
2º) Móveis = 7,34%	2º) Eletrodomésticos = 8,91%
3º) Eletrodomésticos = 5,5%	3º) Móveis = 4,95%
4º) Outros = 2,75%	4º) Outros = 4,95%
5º) Eletrônicos = 2,75%	5º) Informática/Telefonia = 4,95%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.