

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Junho 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%).

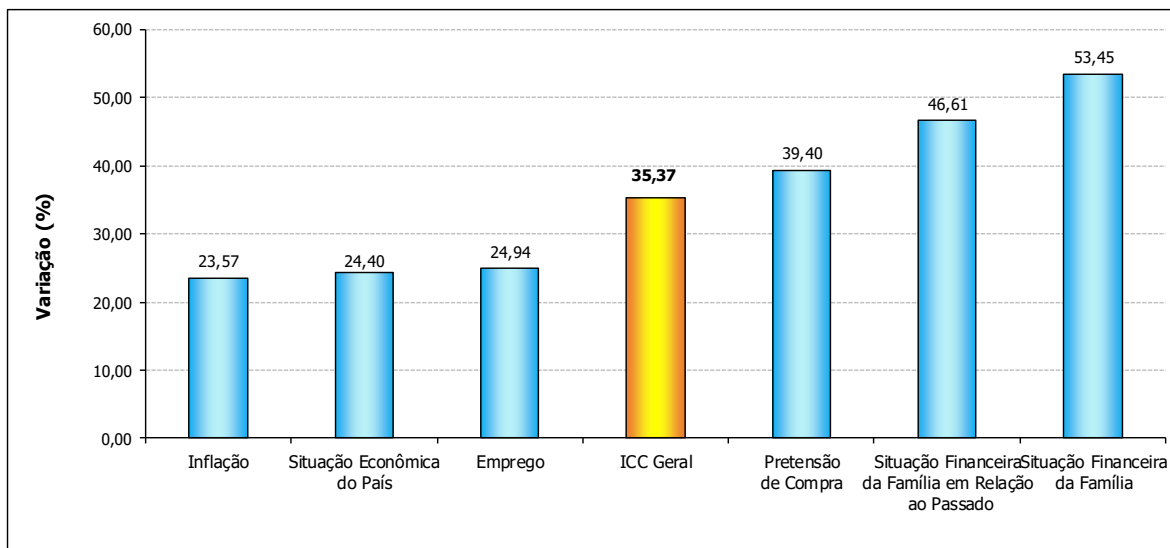
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 junho de 2018, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 30/05/18 e 28/06/18, alcançou 35,37 pontos (GRAF. 1), apresentando uma queda de 4,22% (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)*, junho/2018



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

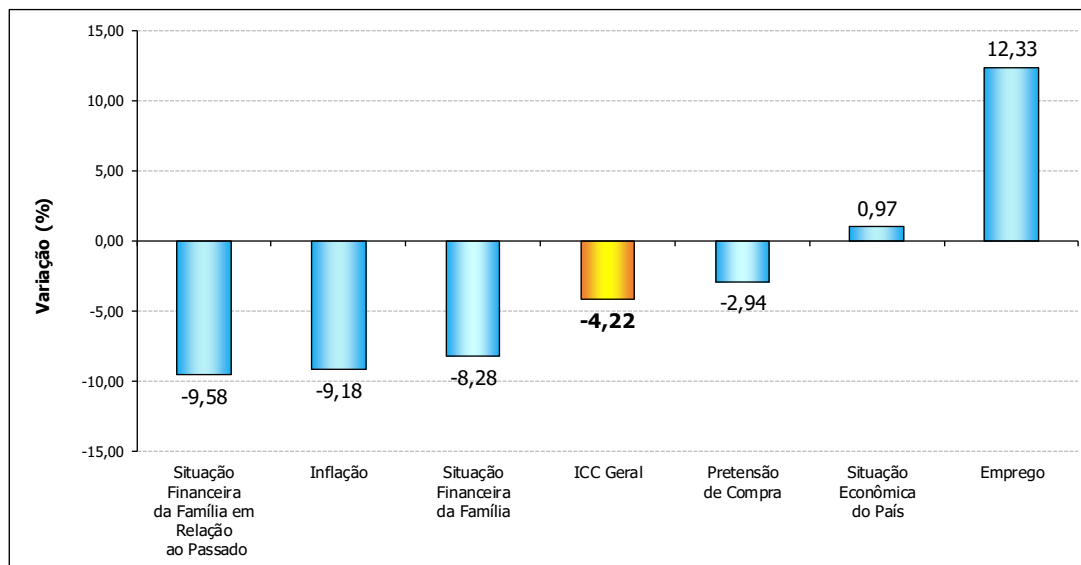
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), junho/2018

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	92,21	-4,22	-5,12	0,10
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	105,34	1,83	-2,20	7,97
Situação Econômica do País	77,71	0,97	-5,99	-0,29
Inflação	72,80	-9,18	-12,01	1,02
Emprego	191,39	12,33	10,26	22,48
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	100,16	-7,54	-6,80	-4,14
Situação Financeira da Família	107,44	-8,28	-6,76	-4,38
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	105,24	-9,58	-9,06	-4,26
Pretensão de Compra	69,91	-2,94	-4,59	-3,17

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um aumento de 1,83% em comparação com o mês anterior, influenciado principalmente pelo item *Emprego* que subiu 12,33%. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, por sua vez, apresentou uma queda de 7,54%, sendo o item *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado* o que mais contribuiu, com variação negativa igual a -9,58% no mês (GRAF. 2 e TAB. 1).

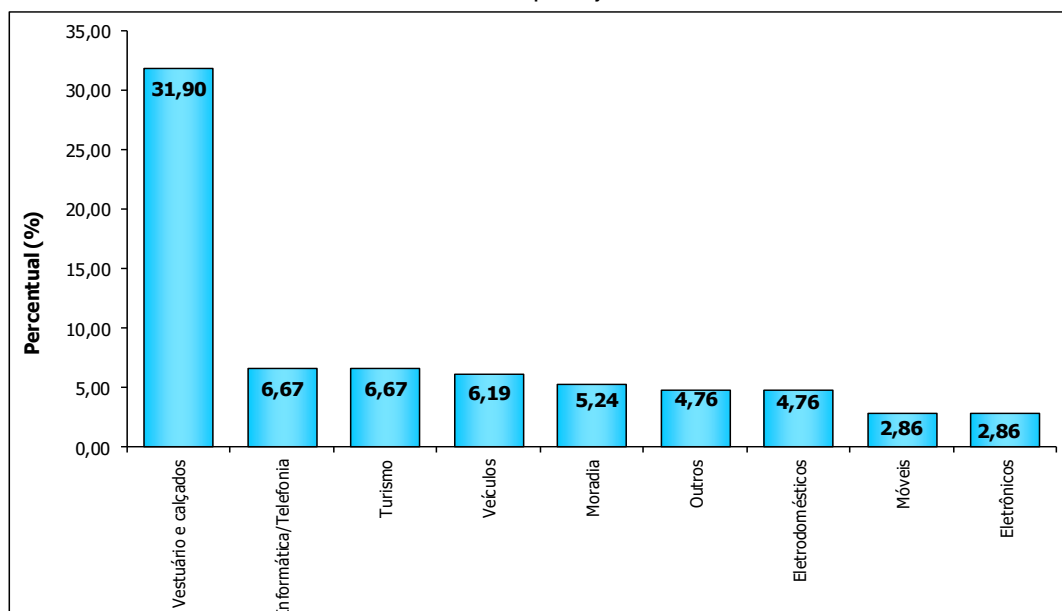
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (junho-18 / maio-17)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (31,90%), Informática/Telefonia e Turismo (6,67%) e Veículos (6,19%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
65,14% pretendem comprar	65,35% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 32,11%	1º) Vestuário e Calçados = 18,81%
2º) Móveis = 7,34%	2º) Veículos = 12,87%
3º) Informática/Telefonia = 6,42%	3º) Informática/Telefonia = 6,93%
4º) Eletrodomésticos = 5,5%	4º) Móveis = 4,95%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.