

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Julho 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%).

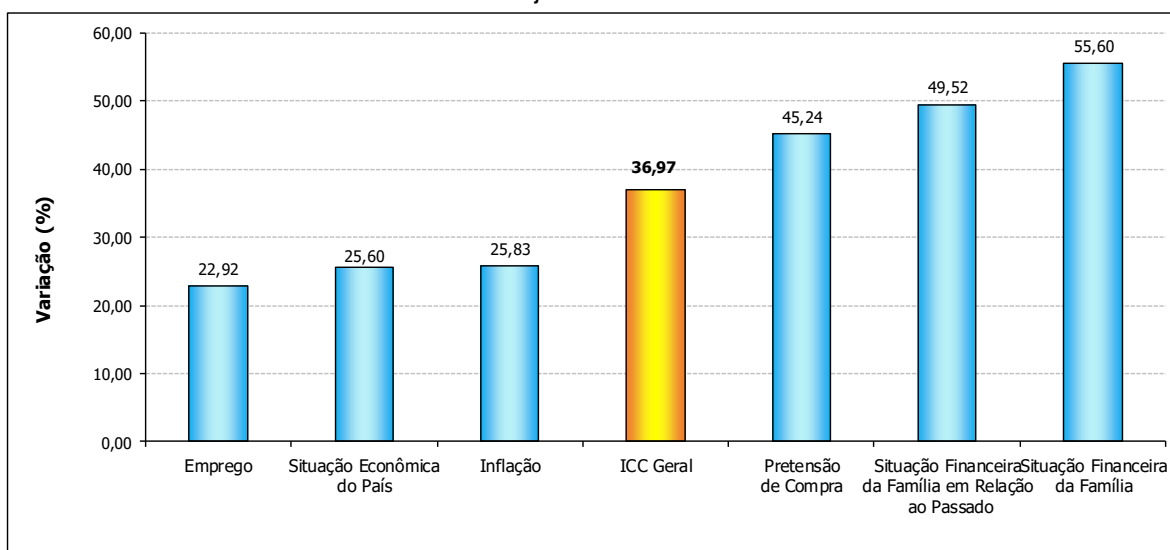
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 julho de 2018, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 29/06/18 e 30/07/18, alcançou 36,97 pontos (GRAF. 1), apresentando uma alta de 4,52% (TAB. 1) na comparação com o mês anterior. No entanto, 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)*, julho/2018



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

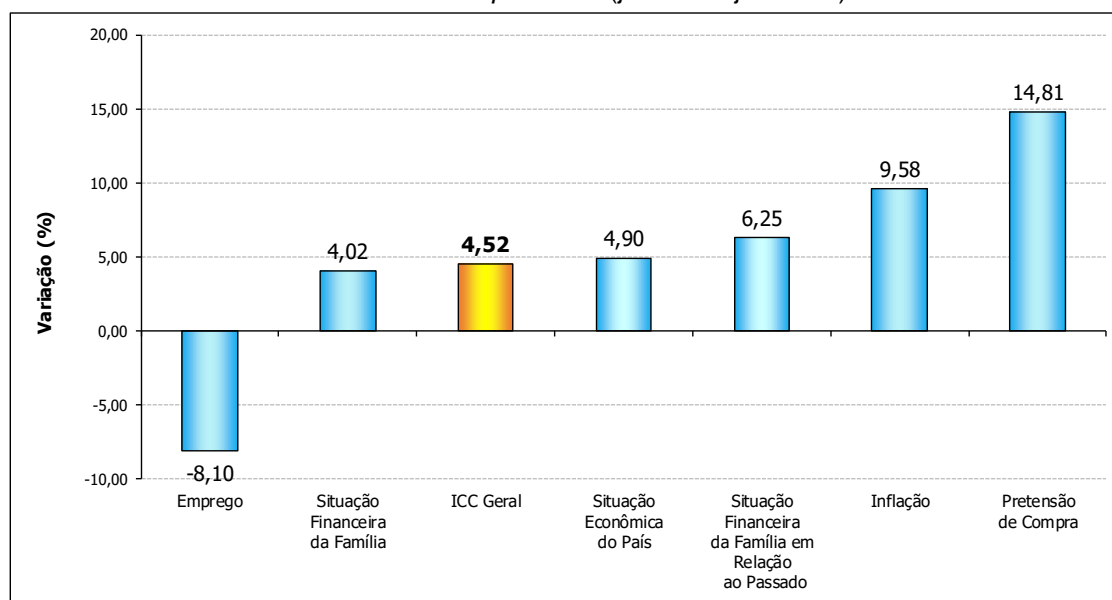
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)**, julho/2018

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	96,38	4,52	-0,84	4,86
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	106,55	1,15	-1,08	12,96
Situação Econômica do País	81,51	4,90	-1,39	5,34
Inflação	79,78	9,58	-3,58	4,57
Emprego	175,89	-8,10	1,33	30,94
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	106,74	6,57	-0,67	0,72
Situação Financeira da Família	111,76	4,02	-3,01	-1,49
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	111,82	6,25	-3,38	-0,83
Pretensão de Compra	80,26	14,81	9,53	9,24

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um aumento de 1,15% em comparação com o mês anterior, influenciado principalmente pelo item *Inflação* que subiu 9,58%. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, também apresentou aumento (6,57%), sendo o item *Pretensão de Compra* o que mais contribuiu, com variação igual a 14,81% no mês (GRAF. 2 e TAB. 1).

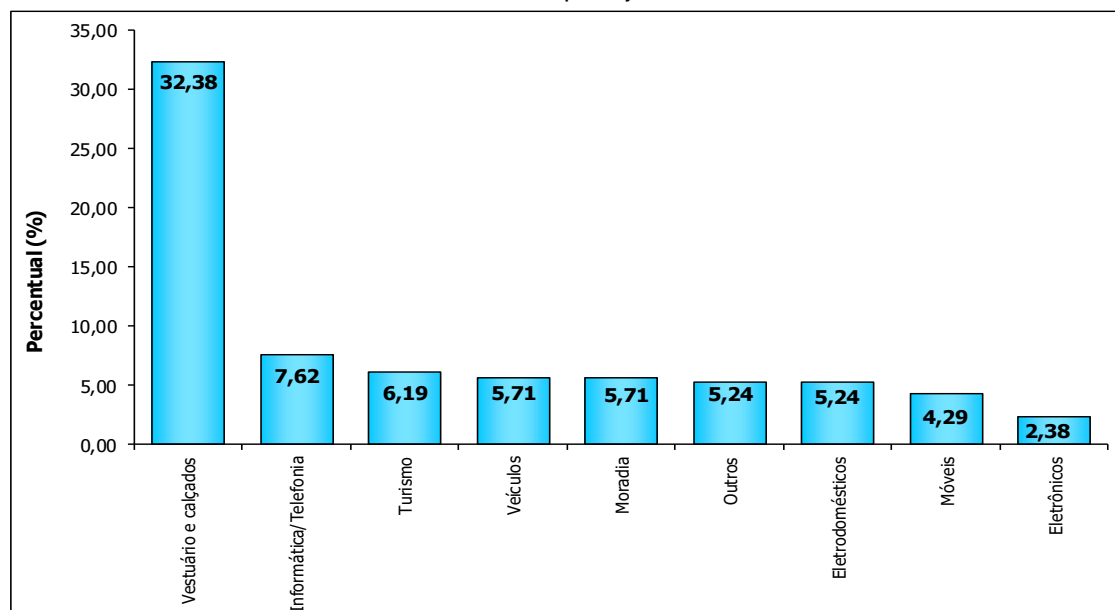
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (julho-18 / junho-17)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (32,38%), Informática/Telefonia (7,62%) e Turismo (6,19%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
76,15% pretendem comprar	73,27% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 34,86%	1º) Vestuário e Calçados = 29,7%
2º) Outros = 7,34%	2º) Turismo = 8,91%
3º) Eletrodomésticos = 7,34%	3º) Informática/Telefonia = 6,93%
4º) Turismo = 6,42%	4º) Moradia = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.