

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Agosto de 2016

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%).

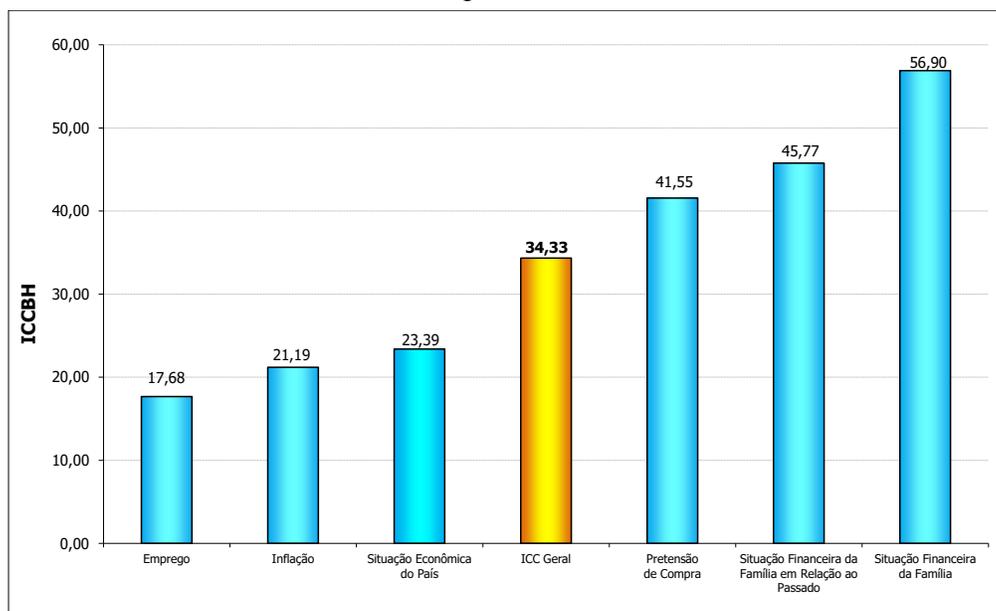
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 agosto de 2016, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 01/08/16 e 25/08/16, alcançou 34,33 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês anterior, observou-se uma elevação de 8,36% (TAB. 1).

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)*, agosto/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

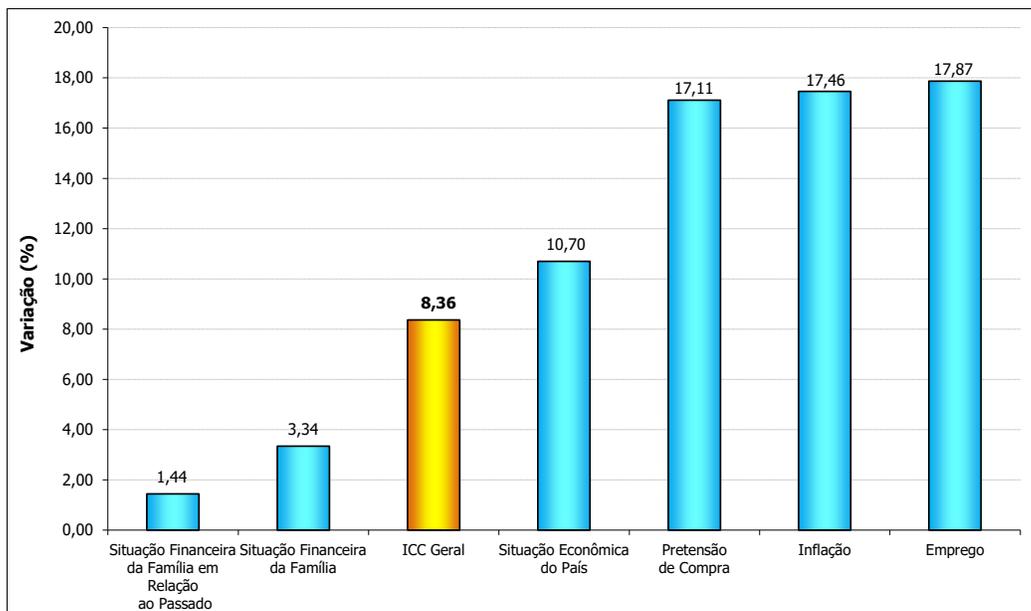
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), agosto/2016

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	89,49	8,36	-5,32	-5,17
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	88,97	14,96	-12,64	-15,13
Situação Econômica do País	74,54	10,70	1,26	-2,99
Inflação	65,45	17,46	8,89	7,24
Emprego	135,70	17,87	-34,71	-36,40
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	104,84	5,45	-1,26	0,61
Situação Financeira da Família	114,41	3,34	-1,15	-1,35
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	103,33	1,44	-2,18	-0,13
Pretensão de Compra	73,70	17,11	-0,84	8,06

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um aumento de 14,26% em comparação com o mês anterior, o mesmo foi observado para o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** com elevação de 5,45%. O item *Emprego* foi o que apresentou a maior variação positiva no mês, igual a 17,87%, influenciado pelas perspectivas dos consumidores para daqui seis meses (GRAF. 2 e TAB. 1).

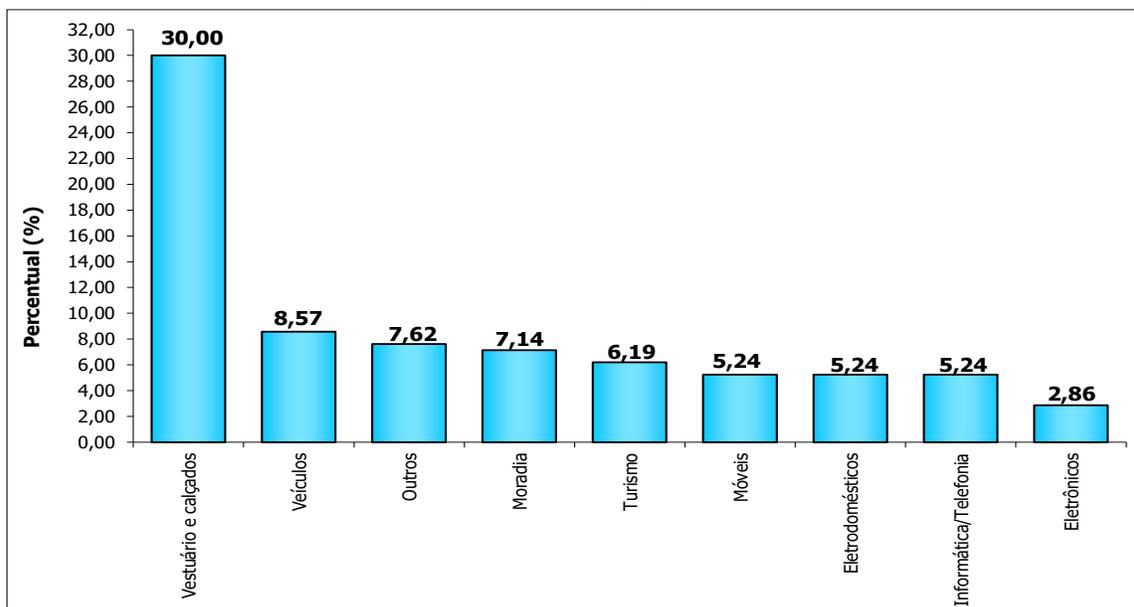
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (agosto-16 / julho-16)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (30,0%), Veículos (8,57%), Outros produtos (7,62%), e Moradia (7,14%) (GRAF. 3).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, agosto/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, Estratificada por Sexo, agosto/2016

Mulheres	Homens
77,06% pretendem comprar	79,21% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 30,28%	1º) Vestuário e calçados = 29,70%
2º) Outros produtos = 9,17%	2º) Veículos = 9,90%
3º) Veículos = 7,34%	3º) Moradia = 8,91%
4º) Eletrodomésticos e Turismo = 6,42%	4º) Informática/Telefonia, Móveis, Turismo e Outros = 5,94%
5º) Moradia = 5,50%	5º) Eletrodomésticos = 3,96%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.