

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Agosto de 2017

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%).

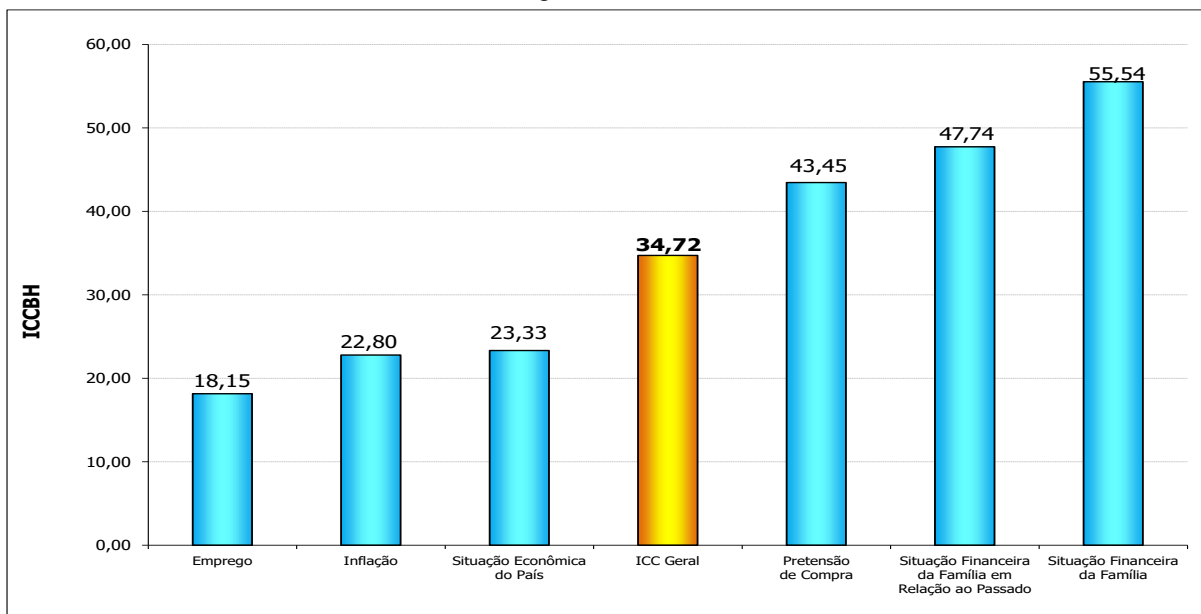
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 2017, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 07/08/17 e 23/08/17, alcançou 34,72 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês anterior, observou-se uma queda de 1,53% (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/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

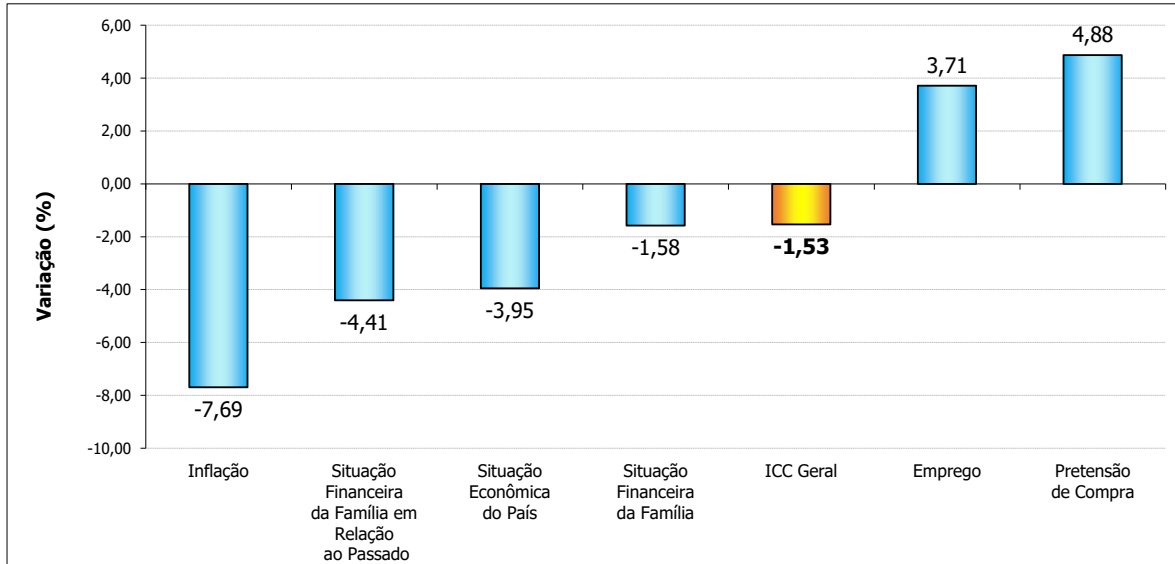
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), agosto/2017

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	90,51	-1,53	3,15	1,14
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	91,65	-2,84	4,38	3,01
Situação Econômica do País	74,34	-3,95	3,97	-0,26
Inflação	70,42	-7,69	10,41	7,60
Emprego	139,31	3,71	-0,33	2,66
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	105,05	-0,87	2,55	0,20
Situação Financeira da Família	111,67	-1,58	-1,68	-2,39
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	107,77	-4,41	5,39	4,30
Pretensão de Compra	77,07	4,88	14,04	4,57

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 2,84% em comparação com o mês anterior, influenciado principalmente pelo item *Inflação* que recuou 7,69%. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** mostrou uma estabilidade, com variação igual a -0,87%, nesse sentido, o item *Pretensão de Compra*, foi o que contrapôs as quedas, com aumento de 4,88% no mês (GRAF. 2 e TAB. 1).

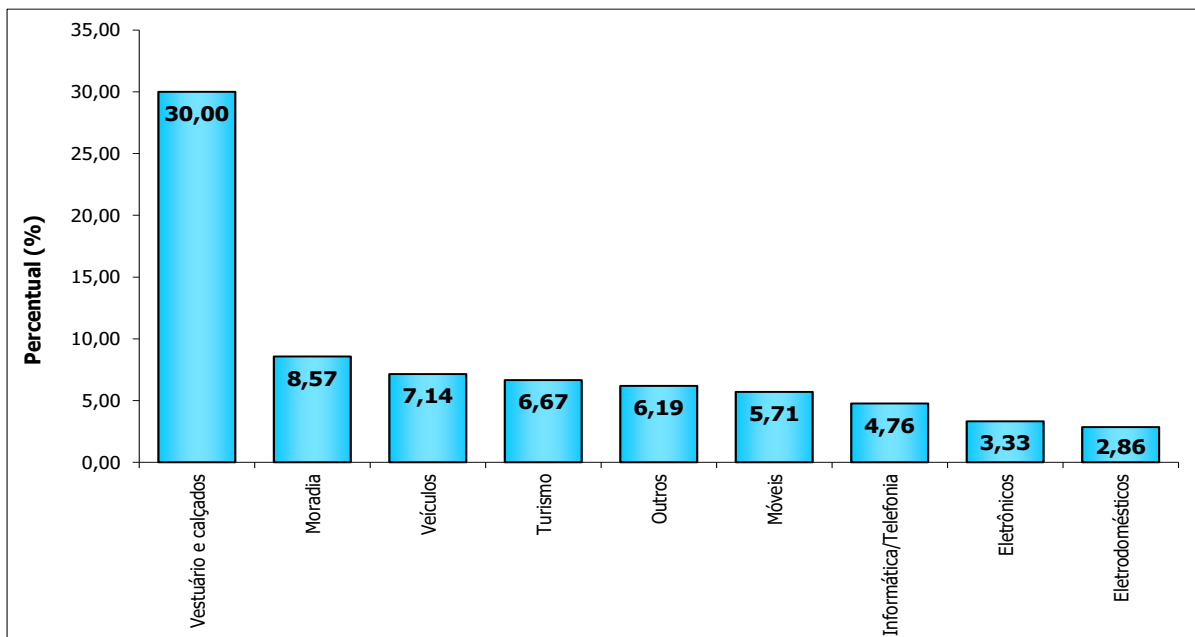
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (agosto / julho-17)



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%), Moradia (8,57%) e Veículos (7,14%) (GRAF. 3).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, agosto/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, agosto/2017

Mulheres	Homens
77,98% pretendem comprar	72,28% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 33,03%	1º) Vestuário e calçados = 26,73%
2º) Móveis e Veículos = 8,26%	2º) Moradia = 12,87%
3º) Outros = 7,34%	3º) Turismo = 8,91%
4º) Eletrodomésticos = 5,50%	4º) Eletrônicos = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.