

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Outubro 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%).

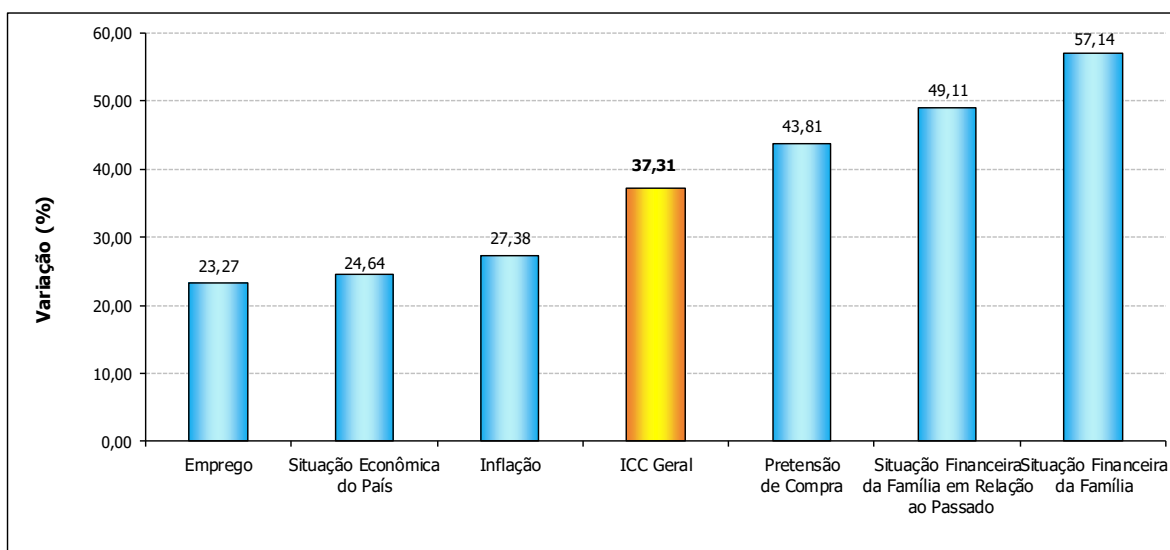
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 outubro de 2018, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 28/09/18 e 29/10/18, alcançou 37,31 pontos (GRAF. 1), apresentando uma alta de 7,96% (TAB. 1) na comparação com o mês anterior. Entretanto, 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)*, outubro/2018



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	97,27	7,96	0,08	2,73
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	107,69	15,47	-0,02	-0,36
Situação Econômica do País	78,47	16,61	-5,06	-5,29
Inflação	84,54	11,11	2,18	4,74
Emprego	178,61	18,47	2,90	0,01
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	107,63	4,08	0,15	4,60
Situação Financeira da Família	114,87	5,72	-0,31	4,45
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	110,89	-1,90	-4,17	1,12
Pretensão de Compra	77,73	5,14	6,08	8,60

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma elevação de 15,47% em comparação com o mês anterior, influenciado principalmente pelos itens *Emprego* e *Situação Econômica do País* que subiram mais de 15%. Apesar das variações serem altas, a pontuação conseguiu retomar o patamar observado em junho e julho deste ano.

Destaca-se que no mês de outubro ocorreram as eleições no Brasil, cujas definições dos eleitos no 1º turno podem ter influenciado no sentimento dos consumidores em relação à *Situação Econômica do País*. Adicionalmente, vale ressaltar o início das contratações para empregos

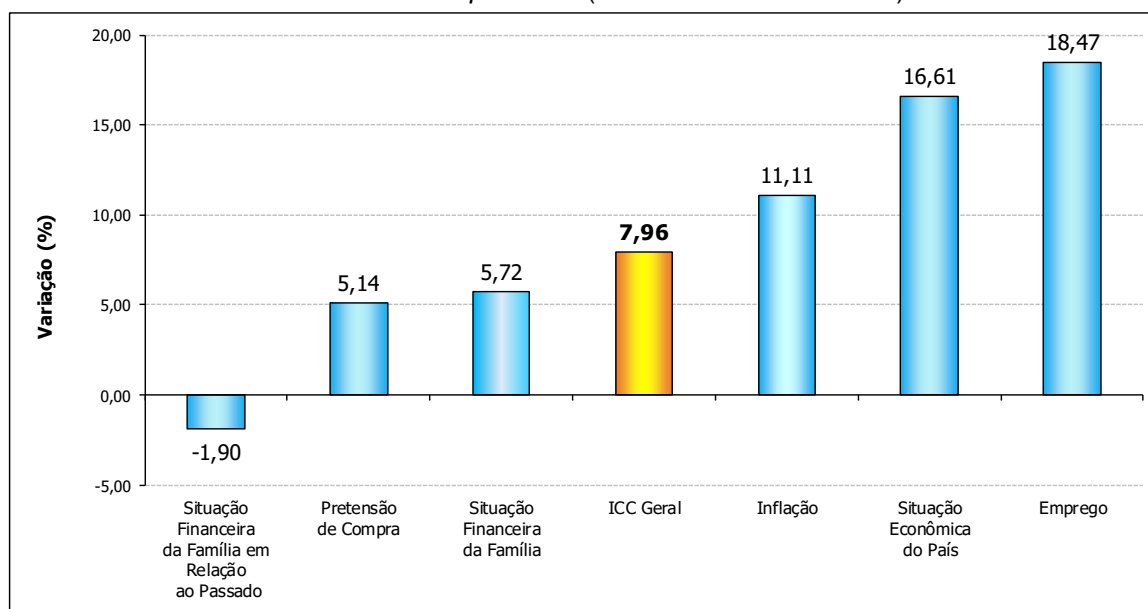
temporários em decorrência dos movimentos do final de ano, os quais geram grandes expectativas para quem precisa vencer o desemprego.

Com exceção dos meses de agosto e junho de 2018, o “Emprego” é o item que mais contribuiu para alimentar o pessimismo dos consumidores belo-horizontinos desde abril de 2016. Antes desse período, a “Inflação” predominou por 6 anos (desde maio/2010) como a componente de maior contribuição para o pessimismo dos entrevistados.

O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, também apresentou um aumento em comparação com o mês anterior de 4,08%, sendo os itens *Situação Financeira da Família* e *Pretensão de Compra* os que mais contribuíram, com variação positiva superior a 5% no mês (GRAF. 2 e TAB. 1). O aumento apresentado no mês de outubro para a *Pretensão de Compra* se justifica pela proximidade do recebimento da primeira parcela do 13º salário em novembro, os feriados nacionais no início desse mês e o movimento do comércio conhecido como *Black Friday* que ocorre durante esse período, o qual promove um aquecimento no comércio e também no setor de serviços e turismo.

Vale ressaltar que a componente “*Situação Financeira da Família em relação ao passado*” voltou a ficar na faixa do pessimismo em outubro, após ter ultrapassado os 50 pontos no mês de setembro. Trata-se da única componente que apresentou variação negativa no mês.

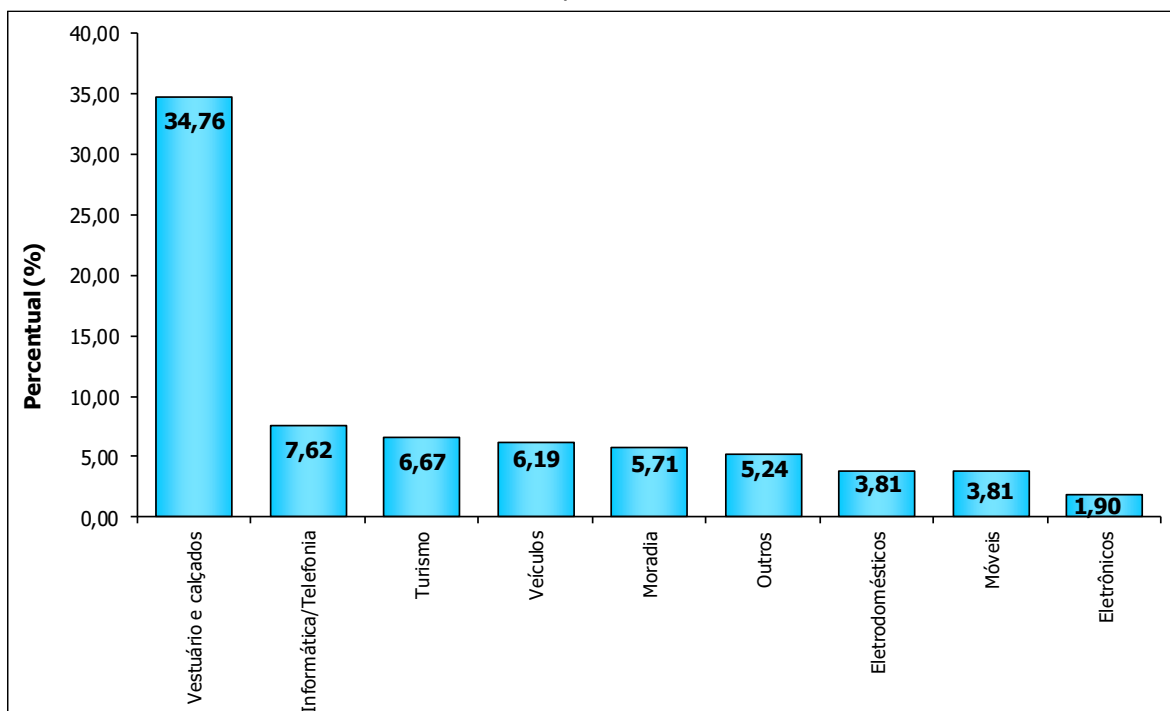
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (outubro-18 / setembro-18)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir no mês de outubro mantiveram a ordenação observada nos meses de setembro e agosto. São eles: Vestuário e Calçados (34,76%), Informática/Telefonia (7,62%) e Turismo (6,67%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
75,23% pretendem comprar	76,24% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 39,45%	1º) Vestuário e Calçados = 29,7%
2º) Turismo = 6,42%	2º) Turismo = 8,91%
3º) Móveis = 6,42%	3º) Veículos = 7,92%
4º) Outros = 6,42%	4º) Móveis = 6,93%
5º) Eletrodomésticos = 5,5%	5º) Eletrodomésticos = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.