

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Outubro de 2019

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%).

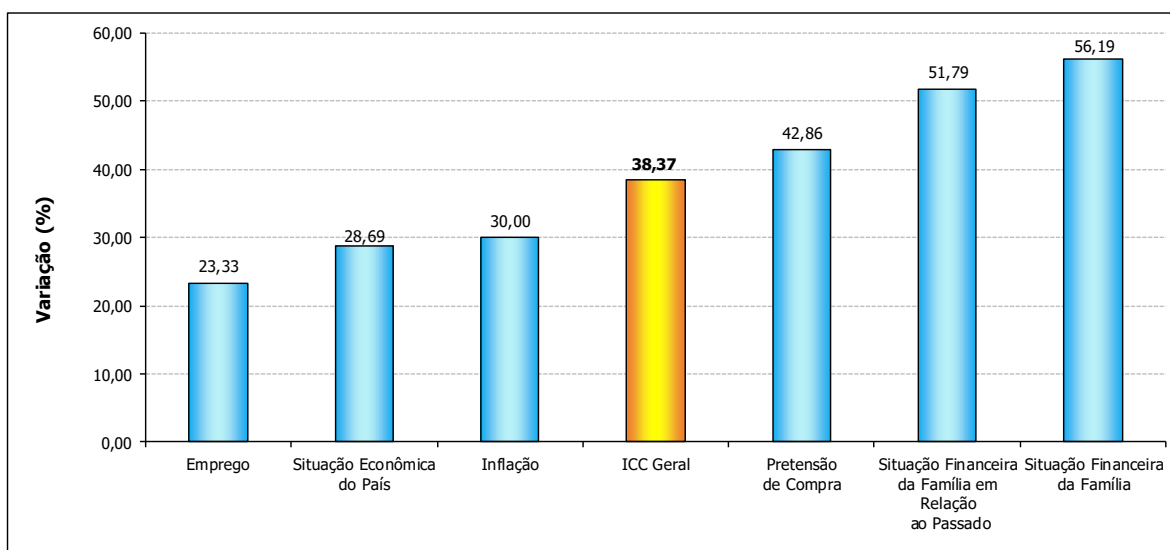
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 ao mês de outubro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 28/09/19 e 24/10/19, alcançou 38,37 pontos (GRAF. 1), apresentando um aumento de 5,60% (TAB. 1) na comparação com o mês de setembro/2019. Entretanto, ressalta-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/2019



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, outubro/2019

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	100,05	5,60	-2,65	2,86
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	116,82	10,77	-6,56	8,48
Situação Econômica do País	91,35	16,14	-7,84	16,42
Inflação	92,61	8,39	-3,29	9,55
Emprego	179,16	7,68	-8,17	0,31
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	107,22	2,61	0,00	-0,38
Situação Financeira da Família	112,94	2,39	-0,33	-1,68
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	116,91	1,88	1,25	5,42
Pretensão de Compra	76,06	4,05	-0,54	-2,15

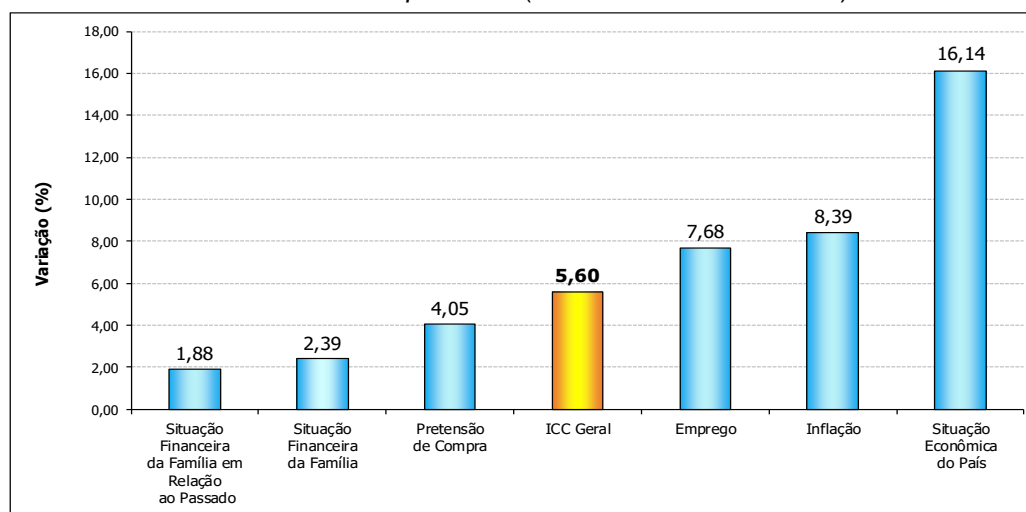
FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um aumento de 10,77% em comparação com o mês anterior, influenciado pela melhora na percepção do item *Situação Econômica do País*, cuja elevação foi superior a 15%.

O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, também apresentou aumento de 2,61% em comparação com o mês de setembro, sendo o item *Pretensão de compra* o que mais contribuiu para essa elevação no mês, com variação igual a 4,05% (GRAF. 2 e TAB. 1).

A liberação do saque de R\$ 500,00 do FGTS e a proximidade do recebimento do 13º salário, assim como a iniciativa dos empregos temporários do final do ano podem ter influenciado positivamente o humor do consumidor neste mês de outubro.

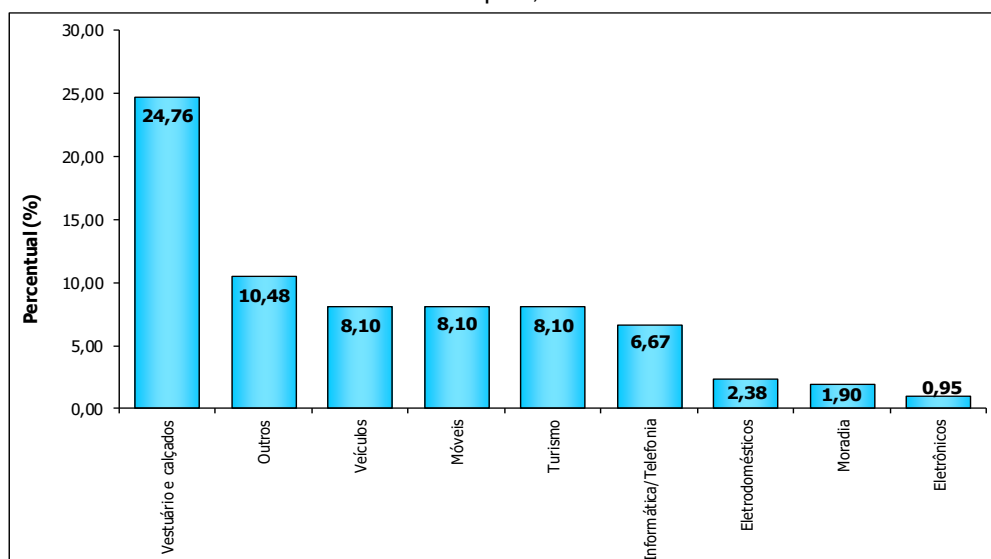
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (outubro -19 / setembro-19)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir nos próximos três meses são: Vestuário e Calçados (24,76%), Outros (10,48%) e Veículos/Móveis/Turismo (8,10%) (GRAF. 3).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, outubro/2019



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, outubro/2019

Mulheres	Homens
73,39% pretendem comprar	69,31% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 26,61%	1º) Vestuário e Calçados = 22,77%
2º) Móveis = 11,93%	2º) Outros = 12,87%
3º) Outros = 8,26%	3º) Veículos = 9,9%
4º) Turismo = 8,26%	4º) Turismo = 7,92%
5º) Informática/Telefonia = 7,34%	5º) Informática/Telefonia = 5,94%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.