

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Novembro 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%).

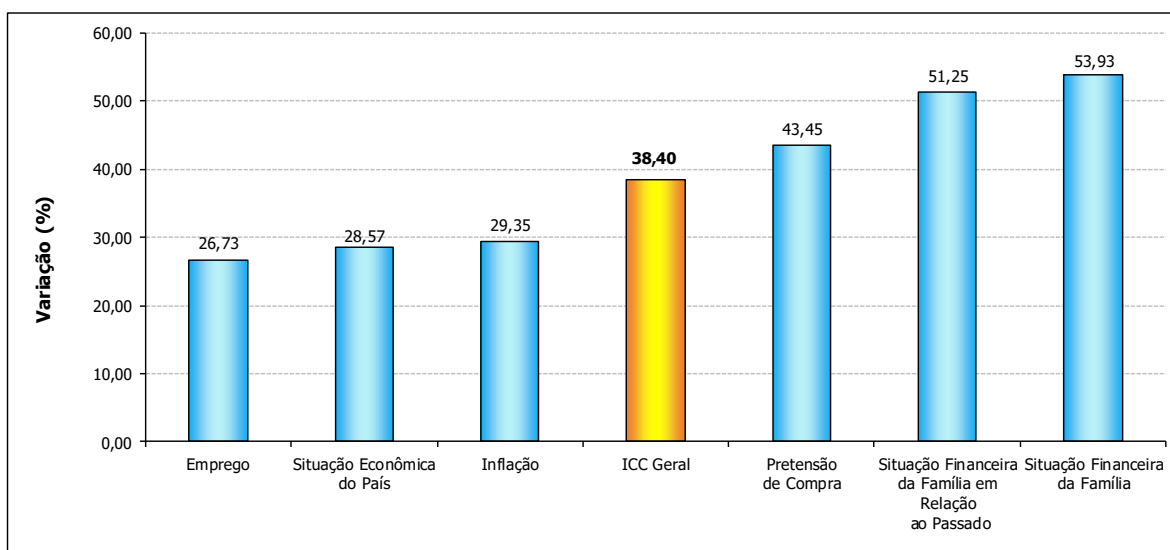
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 novembro de 2018, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 30/10/18 e 28/11/18, alcançou 38,40 pontos (GRAF. 1), apresentando uma alta de 2,93% (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)*, novembro/2018



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	100,11	2,93	3,01	4,61
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	121,44	12,78	12,75	15,82
Situação Econômica do País	90,98	15,94	10,07	14,25
Inflação	90,62	7,19	9,53	14,38
Emprego	205,14	14,85	18,18	18,50
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	104,67	-2,75	-2,61	-1,73
Situação Financeira da Família	108,41	-5,62	-5,92	-3,31
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	115,73	4,36	0,01	6,70
Pretensão de Compra	77,09	-0,82	5,21	-4,68

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma elevação de 12,78% em comparação com o mês anterior, influenciado principalmente pelos itens *Emprego* e *Situação Econômica do País* que subiram mais de 14%. Trata-se da maior pontuação observada para a componente *Emprego* desde fevereiro/2016, por sua vez, *Situação Econômica do País* conseguiu retomar o patamar observado em janeiro/2015.

Destaca-se que no mês de outubro/novembro ocorreram as eleições no Brasil, cujas definições dos novos governantes podem ter influenciado no sentimento dos consumidores em relação à

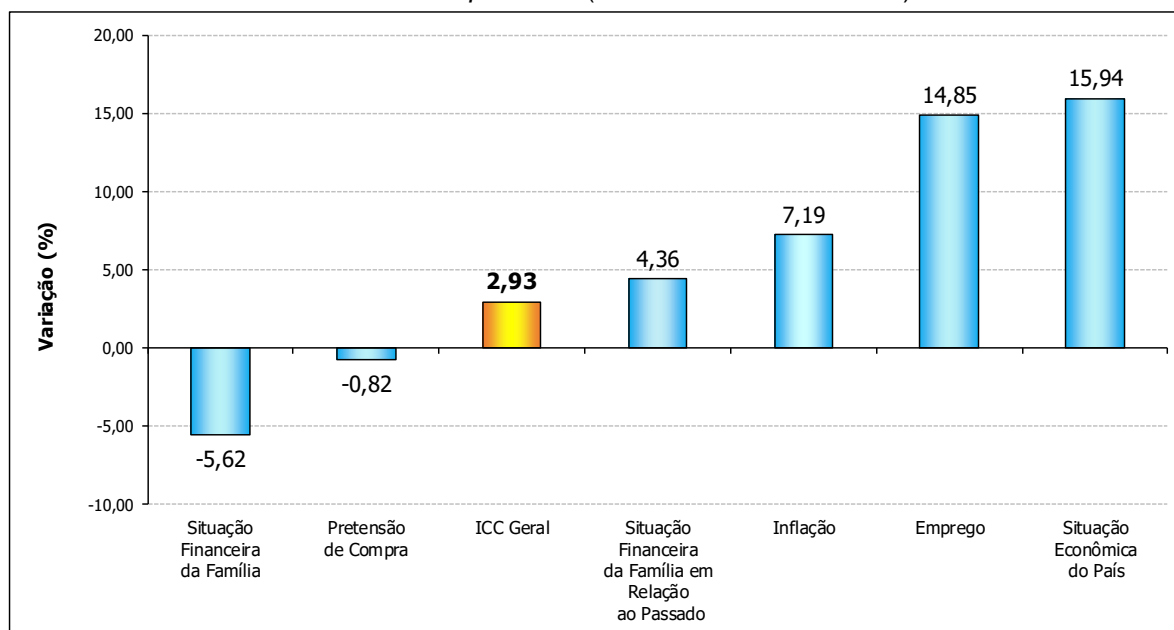
Situação Econômica do País. Adicionalmente, vale ressaltar a época das contratações para empregos temporários em decorrência dos movimentos do final de ano, os quais geram grandes expectativas para quem precisa vencer o desemprego.

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)**, por outro lado, apresentou uma queda de 2,75% em comparação com o mês anterior, sendo o item *Situação Financeira da Família* o que mais contribuiu, com variação negativa superior a 5% no mês (GRAF. 2 e TAB. 1). Apesar da queda, vale ressaltar que a componente “*Situação Financeira da Família*” permaneceu na faixa do otimismo em novembro, com 53,93 pontos. Essa componente ultrapassou os 50 pontos em fevereiro de 2005 e não recuou para o pessimismo mais.

Observa-se ainda que os consumidores apresentaram uma *Pretensão de Compra* inferior à observada no mês de outubro, o qual teve influência do Dia das Crianças.

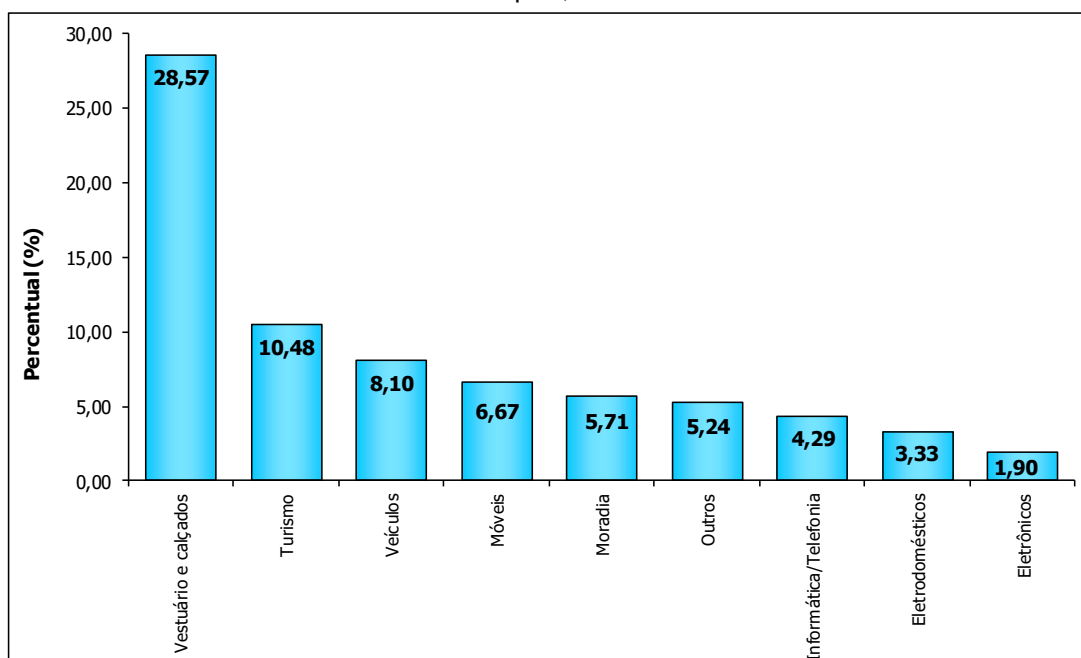
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (novembro-18 / outubro-18)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir no mês de novembro são: Vestuário e Calçados (28,57%), Turismo (10,48%) e Veículos (8,10%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
76,15% pretendem comprar	72,28% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 36,7%	1º) Vestuário e Calçados = 19,8%
2º) Turismo = 10,09%	2º) Veículos = 12,87%
3º) Móveis = 5,5%	3º) Turismo = 10,89%
4º) Informática/Telefonia = 5,5%	4º) Móveis = 7,92%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.