

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Novembro 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%).

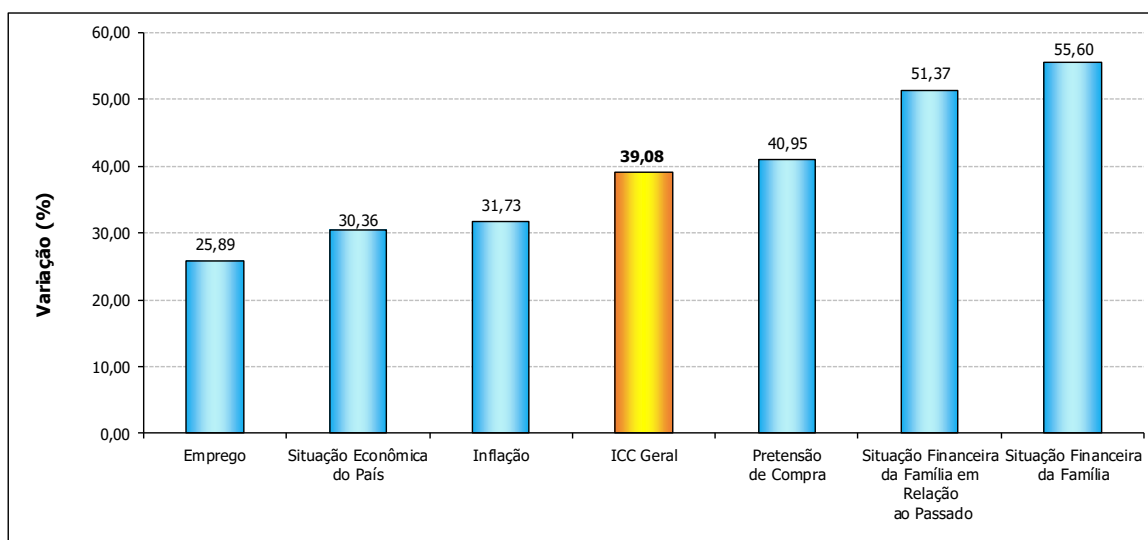
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 novembro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 31/10/19 e 22/11/19, alcançou 39,08 pontos (GRAF. 1), apresentando um aumento de 1,85% (TAB. 1) na comparação com o mês de outubro/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)*, novembro/2019



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	101,90	1,85	-0,85	1,78
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	125,55	7,47	0,42	3,38
Situação Econômica do País	96,67	5,82	-2,48	6,26
Inflação	97,95	5,77	2,29	8,09
Emprego	198,80	10,96	1,89	-3,09
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	105,40	-1,69	-1,69	0,70
Situação Financeira da Família	111,76	-1,05	-1,38	3,09
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	115,97	-0,80	0,44	0,20
Pretensão de Compra	72,67	-4,45	-4,96	-5,73

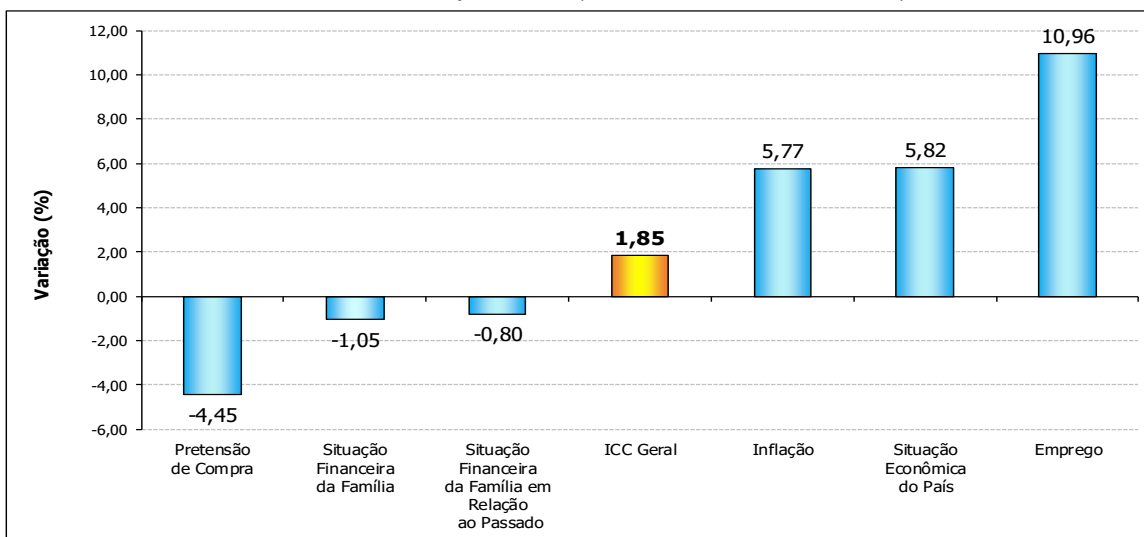
FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um aumento de 7,47% em comparação com o mês anterior, influenciado pela melhora na percepção do item *Emprego*, cuja elevação foi superior a 10%. O início dos empregos temporários do final do ano, pode ter influenciado positivamente o humor do consumidor neste mês de novembro.

O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, por outro lado, apresentou queda de 1,69% em comparação com o mês de outubro, sendo o item *Pretensão de compra* o que mais contribuiu negativamente, com variação igual a -4,45% (GRAF. 2 e TAB. 1).

Mesmo ocorrendo a liberação do saque de R\$ 500,00 do FGTS e o recebimento da primeira parcela do 13º salário em novembro, os consumidores consideraram que a *Situação Financeira da Família* está pior e que pretendem comprar menos nos próximos 3 meses.

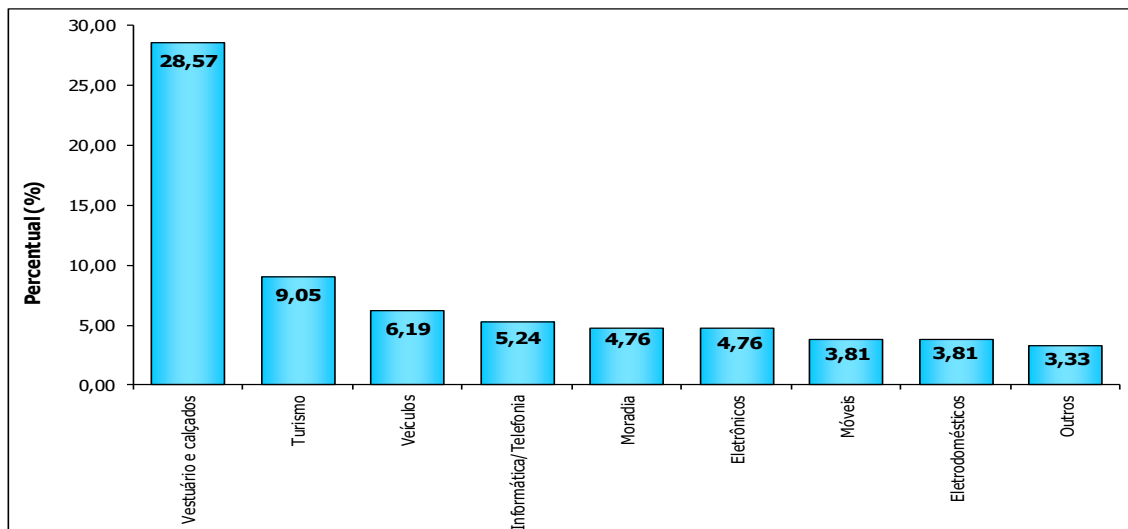
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (novembro -19 / outubro-19)



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 (28,57%), Turismo (9,05%) e Veículos (6,19%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
69,72% pretendem comprar	69,31% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 30,28%	1º) Vestuário e Calçados = 26,73%
2º) Turismo = 8,26%	2º) Veículos = 10,89%
3º) Informática/Telefonia = 5,5%	3º) Turismo = 9,9%
4º) Eletrônicos, Moradia, Móveis = 5,5%	4º) Informática/Telefonia = 4,95%
5º) Eletrodomésticos = 3,67%	5º) Eletrônicos, Moradia, Eletrodomésticos = 3,96%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.