

## Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Dezembro de 2016

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 importância<sup>1</sup> (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.

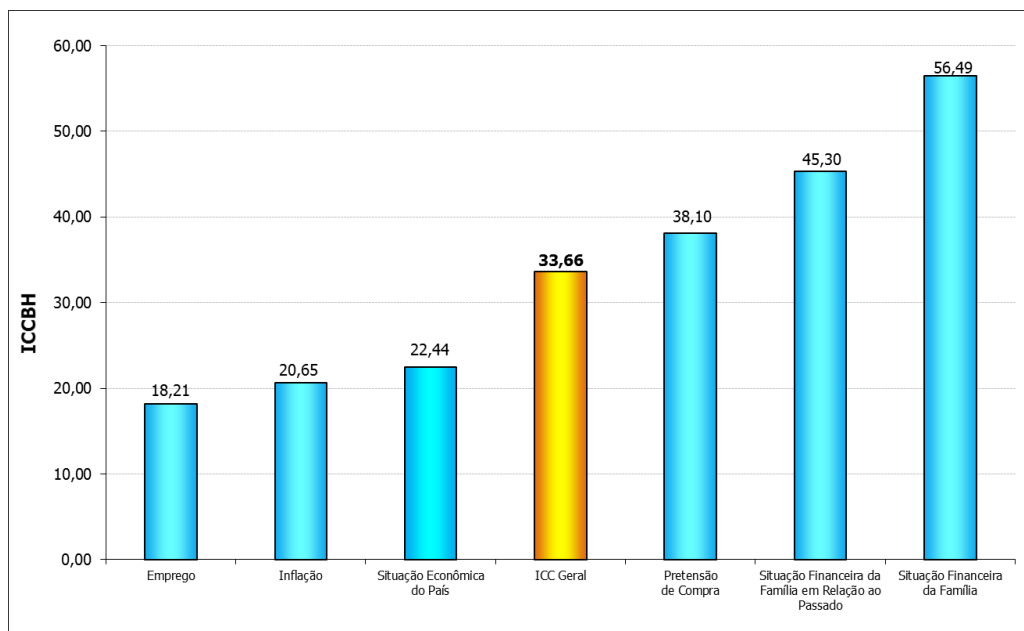
Mensalmente, são entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a dezembro de 2016, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 01/12/16 e 24/12/16, alcançou 33,66 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês anterior, observou-se um decréscimo de 4,35% (TAB. 1).

---

<sup>1</sup> 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)*, dezembro/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

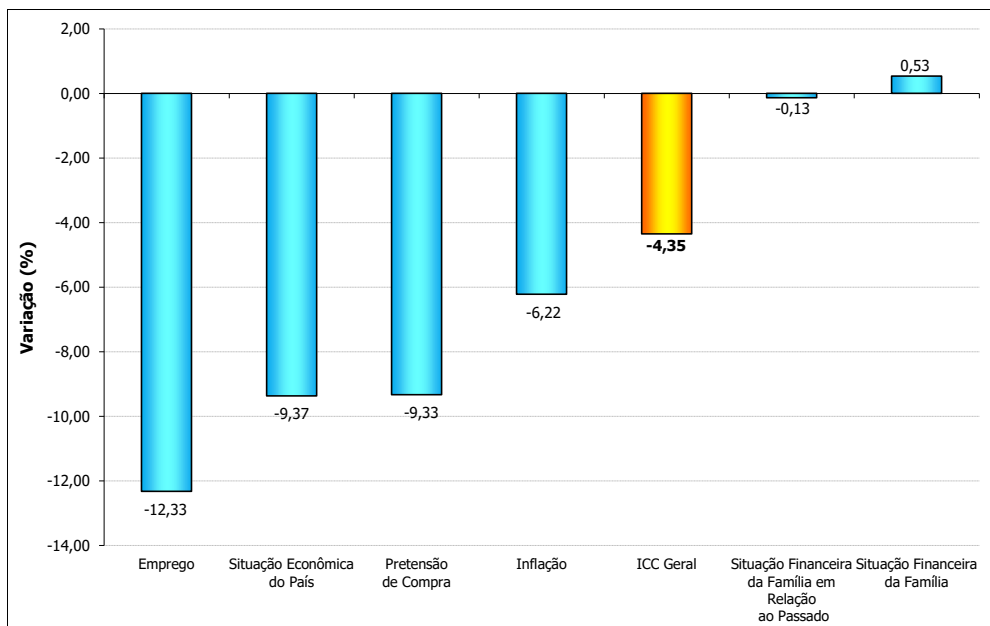
**Tabela 1:** Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, dezembro/2016

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>87,74</b>	<b>-4,35</b>	<b>-7,17</b>	<b>-7,17</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>87,81</b>	<b>-9,53</b>	<b>-13,79</b>	<b>-13,79</b>
Situação Econômica do País	71,51	-9,37	-2,86	-2,86
Inflação	63,78	-6,22	6,12	6,12
Emprego	139,77	-12,33	-32,75	-32,75
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>102,43</b>	<b>-1,58</b>	<b>-3,53</b>	<b>-3,53</b>
Situação Financeira da Família	113,58	0,53	-1,86	-1,86
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	102,27	-0,13	-3,18	-3,18
Pretensão de Compra	67,58	-9,33	-9,07	-9,07

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma forte queda de 9,53% em comparação com o mês anterior, por sua vez o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** apresentou uma queda, igual a 1,58%, influenciado principalmente pelo item *Pretensão de Compra*, o qual apresentou uma variação negativa no mês, igual a 9,33% (GRAF. 2 e TAB. 1).

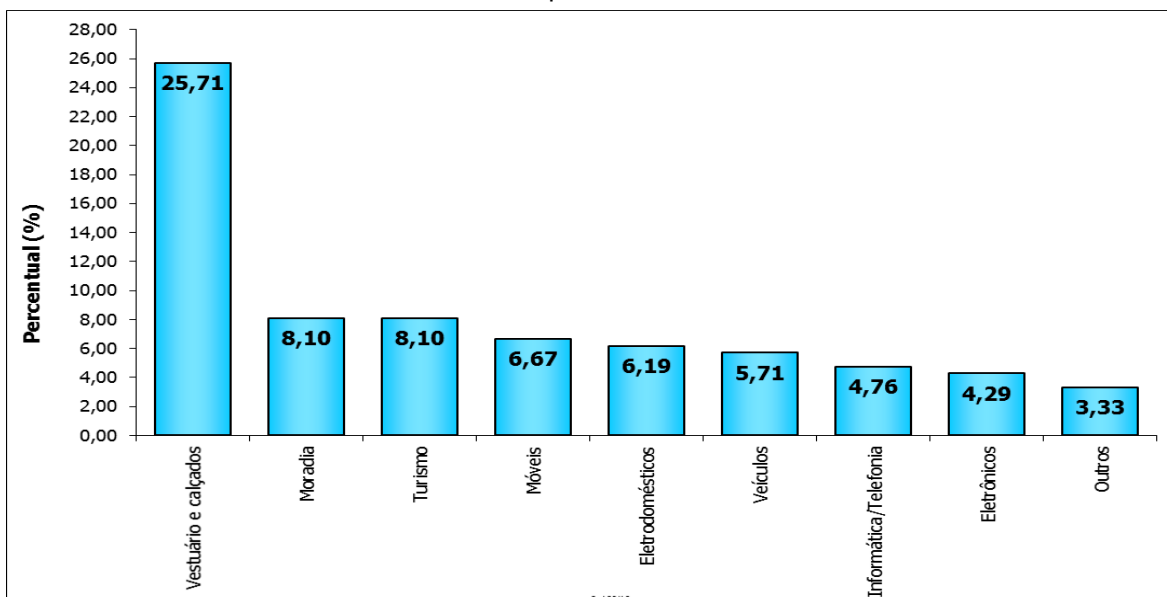
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (dezembro-16 / novembro-16)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (25,71%), Moradia e Turismo, respectivamente (8,10%), Móveis (6,67%) e Eletrodomésticos (6,19%) (GRAF. 3).

**Gráfico 3:** Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, dezembro/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

**Tabela 2:** Belo Horizonte, Pretensão de Compra, Estratificada por Sexo, dezembro/2016

<b>Mulheres</b>	<b>Homens</b>
72,48% pretendem comprar	73,27% pretendem comprar
<b>Itens mais citados</b>	
1º) Vestuário e calçados = 27,52%	1º) Vestuário e calçados = 23,76%
2º) Moradia = 9,17%	2º) Veículos = 9,90%
3º) Turismo = 8,26%	3º) Eletrodomésticos = 7,92%
4º) Móveis = 7,34%	4º) Turismo = 7,92%
5º) Informática/Telefonia = 5,50%	5º) Moradia = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.