

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Janeiro de 2016

Desenvolvido pela Fundação IPEAD, o **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)** de Belo Horizonte é um indicador 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 com o objetivo de melhor planejar 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%).

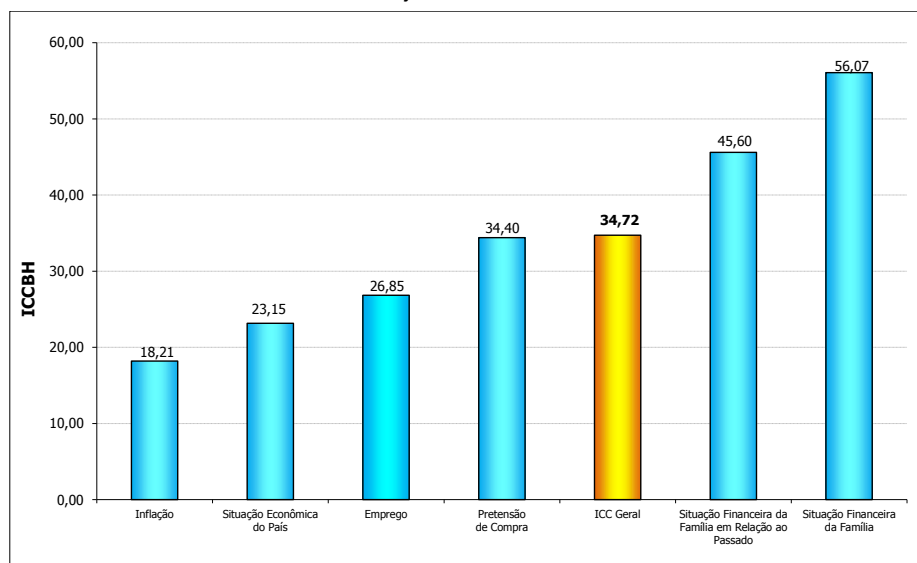
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

Mensalmente, são entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Este tamanho da amostra corresponde a uma margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**. A pesquisa de campo referente ao mês de janeiro ocorreu entre os dias 04/01/16 e 28/01/16.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a janeiro de 2016 alcançou 34,72 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de dezembro/15, observou-se uma queda de 4,25% (TAB. 1).

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)*, janeiro/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

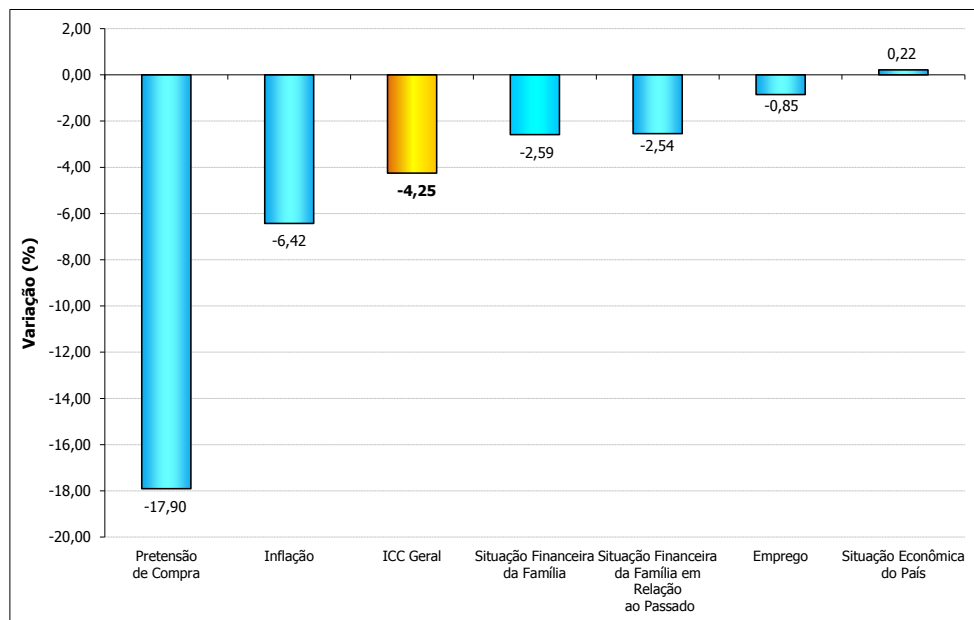
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), janeiro/2016

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	90,51	-4,25	-4,25	-16,84
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	99,99	-1,82	-1,82	-26,96
Situação Econômica do País	73,77	0,22	0,22	-17,94
Inflação	56,24	-6,42	-6,42	-19,50
Emprego	206,08	-0,85	-0,85	-35,38
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	100,25	-5,58	-5,58	-9,68
Situação Financeira da Família	112,74	-2,59	-2,59	-5,24
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	102,94	-2,54	-2,54	-11,95
Pretensão de Compra	61,01	-17,90	-17,90	-21,26

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 1,82% em comparação com o mês anterior. O mesmo aconteceu no **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com retração de 5,58%. O item *Pretensão de Compra* foi o que apresentou a maior variação negativa no mês, igual a -17,90% (GRAF. 2 e TAB. 1).

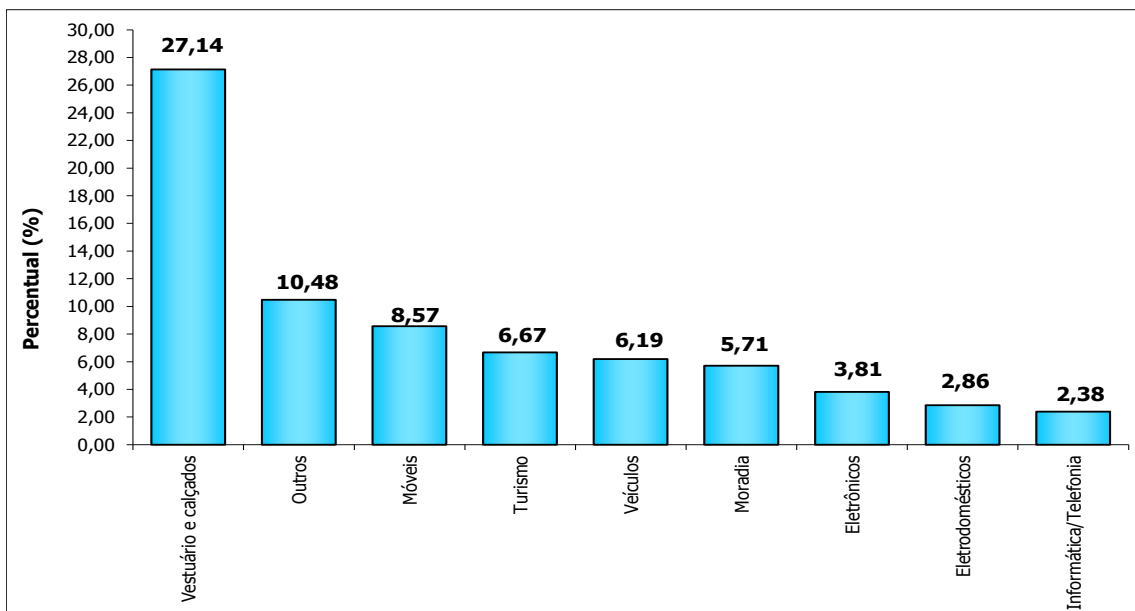
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus *Itens Componentes* (janeiro-16 / dezembro-15)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (27,14%), Outros produtos (10,48%), Móveis (8,57%) e Turismo (6,67%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

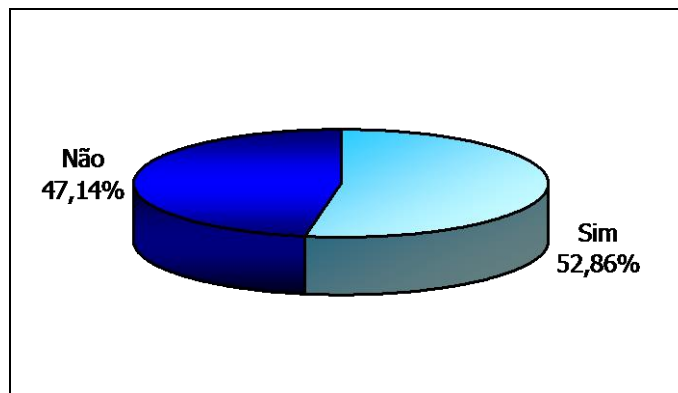
Mulheres	Homens
71,56% pretendem comprar	76,24% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 25,69%	1º) Vestuário e calçados = 28,71%
2º) Outros = 11,01%	2º) Veículos e Outros = 9,90%
3º) Móveis = 9,17%	3º) Móveis = 7,92%
4º) Turismo = 8,26%	4º) Moradia = 5,94%
5º) Moradia = 5,50%	5º) Turismo = 4,95%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Além do humor do consumidor, também foi avaliado, de forma extraordinária, os gastos com material escolar em 2016.

A pesquisa mostrou que a maioria dos entrevistados (52,86%) terá gastos com material escolar em 2016 (GRAF. 4). Dentre esses, observou-se que 89,19% pretendem adotar alguma medida de redução de gastos na hora da compra da lista, sendo as estratégias mais citadas por eles *Pesquisar preços em diferentes estabelecimentos* (87,88%) e *Reutilizar material escolar do ano anterior* (82,83%) (TAB. 3). Independentemente de utilizar ou não alguma medida de economia na hora da compra do material escolar, a maioria dos entrevistados que terá esse gasto em 2016 irá efetuar pagamento à vista com dinheiro ou cartão de débito automático (GRAF. 5).

Gráfico 4: Belo Horizonte, Consumidores que terão gastos com material escolar, janeiro/2016



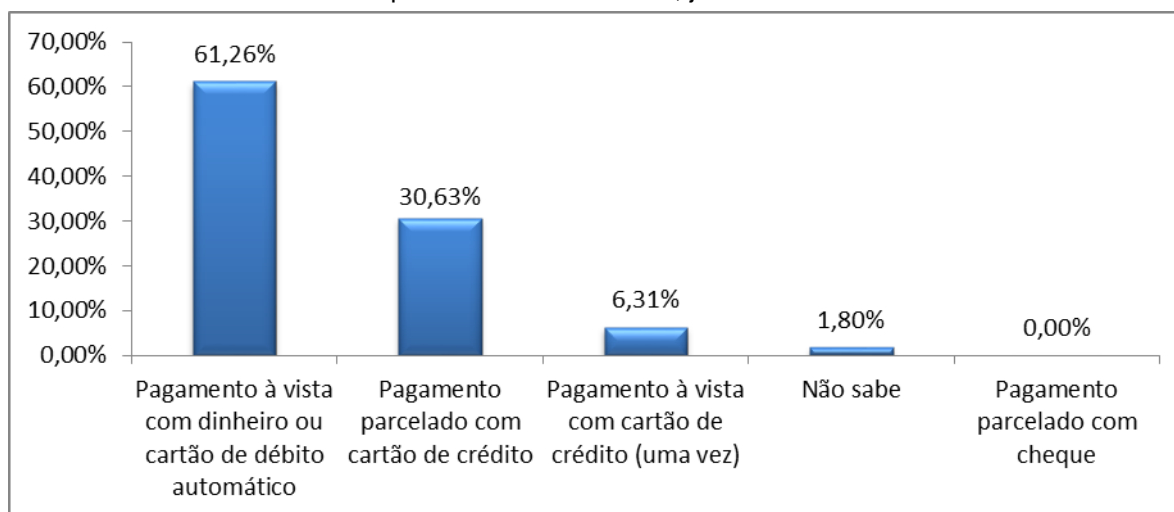
FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 3: Belo Horizonte, Medidas de redução de gastos que os consumidores pretendem adotar, janeiro/2016

Estratégias para economizar	SIM (%)	NÃO (%)	TOTAL (%)
Buscar apostilas e livros didáticos usados	63,64	36,36	100,00
Reutilizar material escolar do ano anterior (mochila, estojo, lapiseira, canetinhas, apontador, etc)	82,83	17,17	100,00
Adotar a substituição de marcas nos produtos novos que serão adquiridos	69,70	30,30	100,00
Pesquisar preços em diferentes estabelecimentos	87,88	12,12	100,00
Realizar compras em conjunto com outros pais para negociar descontos	18,18	81,82	100,00
Realizar compras pela internet	30,30	69,70	100,00
Ir às compras com antecedência	38,38	61,62	100,00

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Gráfico 5: Belo Horizonte, Principal forma de pagamento a ser utilizada pelos consumidores nas compras do material escolar, janeiro/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.