

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Janeiro de 2017

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%).

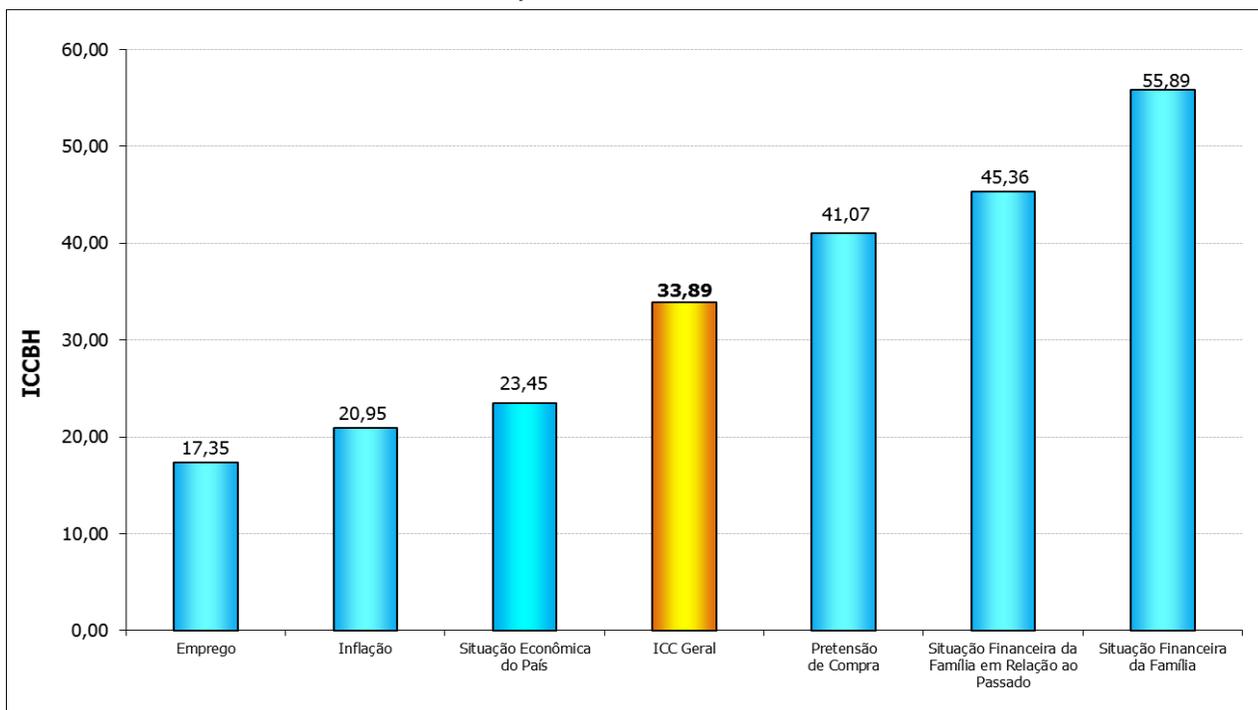
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 janeiro de 2017, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 01/01/17 e 24/01/17, alcançou 33,89 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês anterior, observou-se um leve aumento de 0,68% (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/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

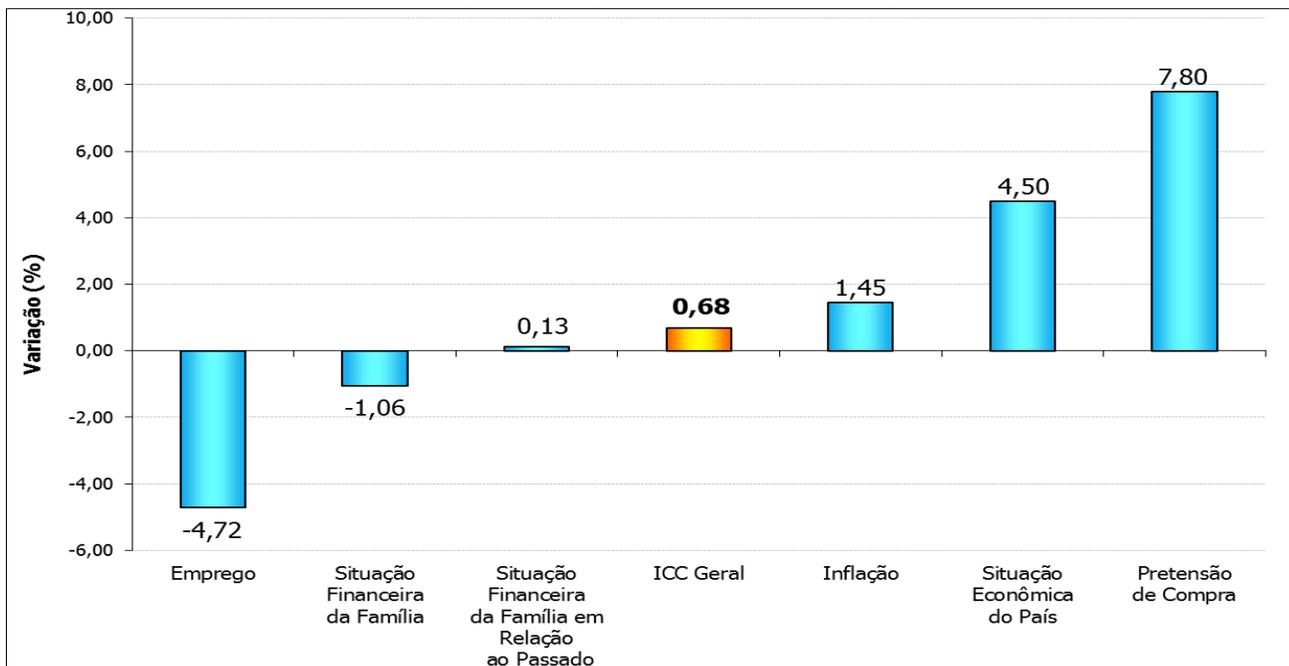
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), janeiro/2017

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	88,34	0,68	0,68	-2,39
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	88,24	0,49	0,49	-11,75
Situação Econômica do País	74,73	4,50	4,50	1,30
Inflação	64,71	1,45	1,45	15,05
Emprego	133,17	-4,72	-4,72	-35,38
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	103,28	0,82	0,82	3,02
Situação Financeira da Família	112,37	-1,06	-1,06	-0,32
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	102,40	0,13	0,13	-0,53
Pretensão de Compra	72,84	7,80	7,80	19,39

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma leve alta de 0,49% em comparação com o mês anterior, por sua vez o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** apresentou uma alta, igual a 0,82%, influenciado principalmente pelo item *Pretensão de Compra*, o qual apresentou uma variação positiva no mês, igual a 7,80% (GRAF. 2 e TAB. 1).

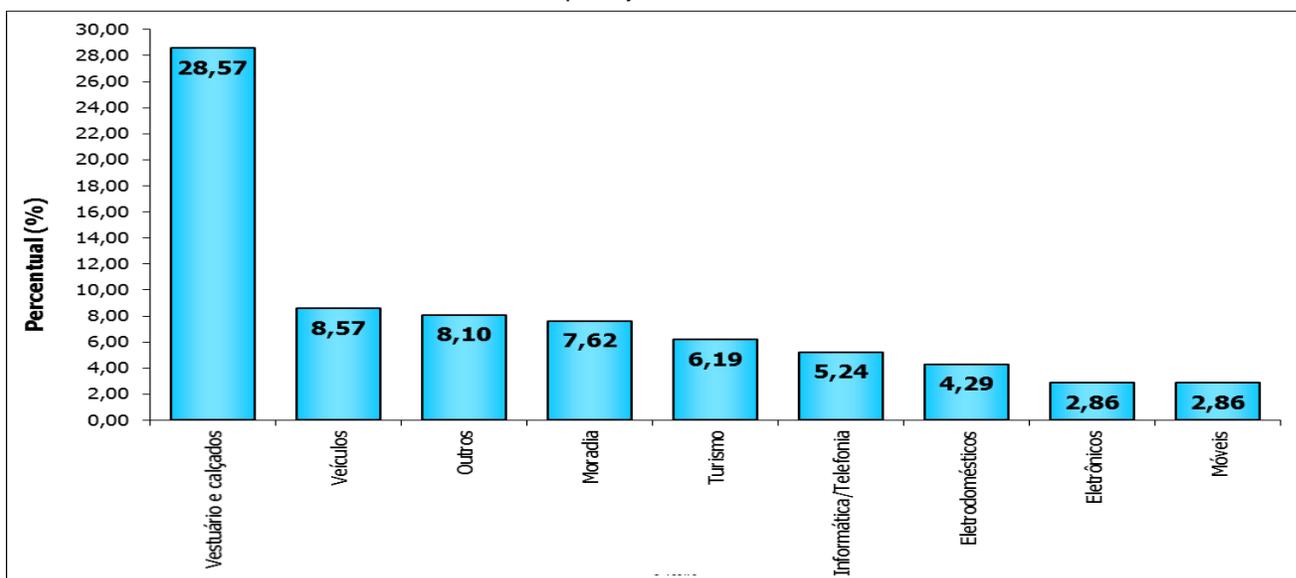
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (janeiro-17 / dezembro-16)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (28,50%), Veículos (8,57%), Outros (8,10%), Moradia (7,62%) e Turismo (6,19%) (GRAF. 3).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, janeiro/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, Estratificada por Sexo, janeiro/2017

Mulheres	Homens
77,06% pretendem comprar	71,29% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 30,28%	1º) Vestuário e calçados = 26,73%
2º) Moradia = 9,17%	2º) Veículos = 10,89%
3º) Outros = 9,17%	3º) Outros = 6,93%
4º) Turismo = 6,42%	4º) Turismo = 5,94%
5º) Veículos = 6,42%	5º) Moradia = 5,94%

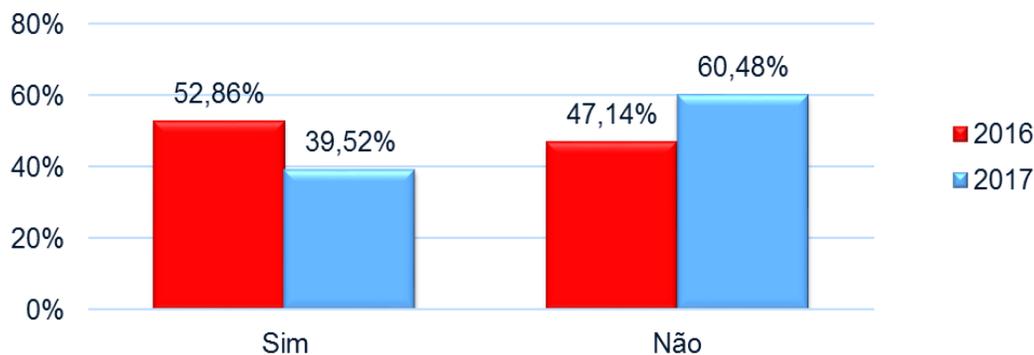
FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Além do humor do consumidor, também foi avaliado, de forma extraordinária, os gastos com material escolar em 2017, comparativamente aos de 2016.

A pesquisa mostrou que 39,52% dos entrevistados tiveram gastos com material escolar em 2017, enquanto que em 2016 esse percentual foi 52,86% (GRAF. 4). Dentre os entrevistados que anunciaram gastos com material escolar em 2017, observou-se que 96,39% anunciaram pretensão em adotar alguma estratégia para economizar na hora da compra. As estratégias mais citadas foram *Pesquisar preços em diferentes estabelecimentos* (96,25%) e *Reutilizar material escolar do ano anterior* (82,50%) (TAB. 3). Quanto ao pagamento, a maioria dos entrevistados irá efetua-lo à vista com dinheiro ou cartão de débito automático (GRAF. 5).

Gráfico 4: Belo Horizonte, Consumidores que tiveram / terão gastos com material escolar, janeiro 2016/2017

Consumidores que tiveram / terão gastos com Material Escolar



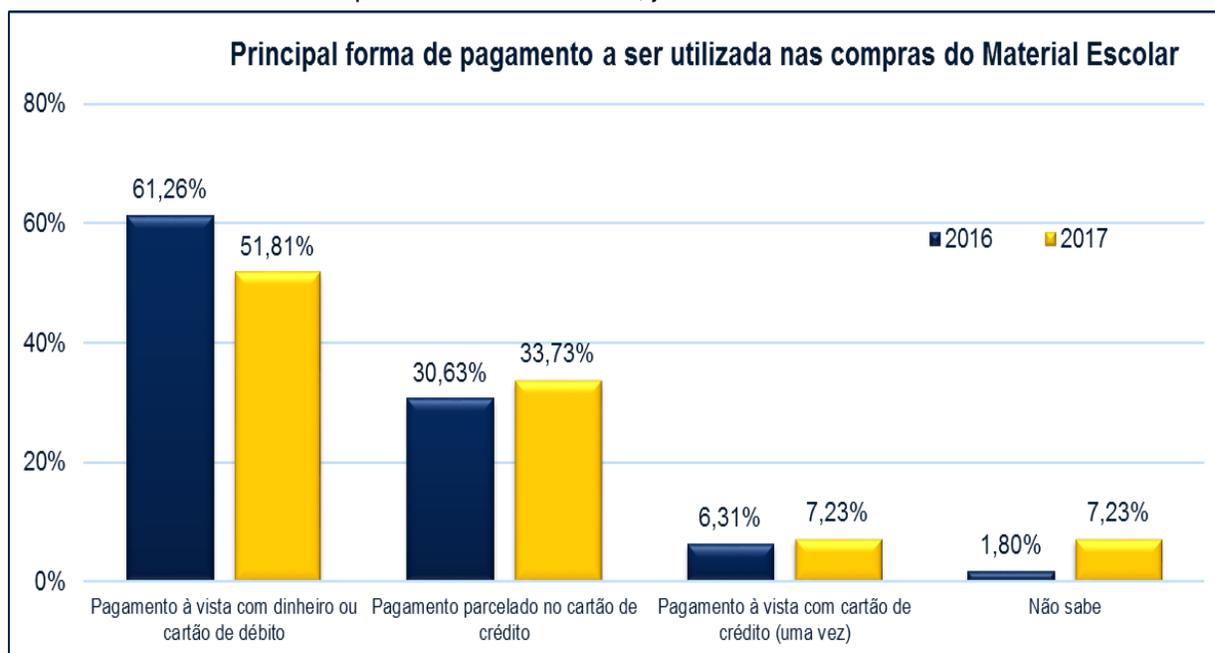
FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 3: Belo Horizonte, Medidas de redução de gastos que os consumidores pretendem adotar, janeiro-2016/2017

ESTRATÉGIAS PARA ECONOMIZAR (SIM - %)	2016	2017
Buscar apostilas e livros didáticos usados	63,64	68,75
Reutilizar material escolar do ano anterior (mochila, estojo, lapiseira, canetinhas, apontador, etc)	82,83	82,50
Adotar a substituição de marcas nos produtos novos que serão adquiridos	69,70	77,50
Pesquisar preços em diferentes estabelecimentos	87,88	96,25
Realizar compras em conjunto com outros pais para negociar descontos	18,18	26,25
Realizar compras pela internet	30,30	36,25
Ir às compras com antecedência	38,38	63,75

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Gráfico 5: Belo Horizonte, Principal forma de pagamento a ser utilizada pelos consumidores nas compras do material escolar, janeiro-2016/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.