

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

Abril 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 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.

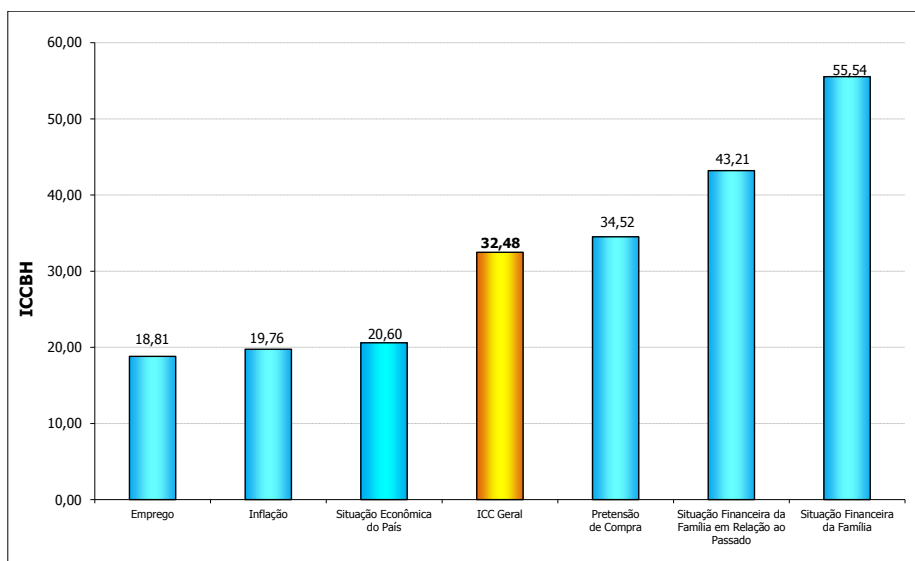
Mensalmente, são entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Este tamanho da amostra corresponde a uma margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**. A pesquisa de campo referente ao mês de abril ocorreu entre os dias 01/04/2016 e 26/04/16.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a abril de 2016 alcançou 32,48 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês de março, observou-se uma queda de 2,84% (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)*, abril/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

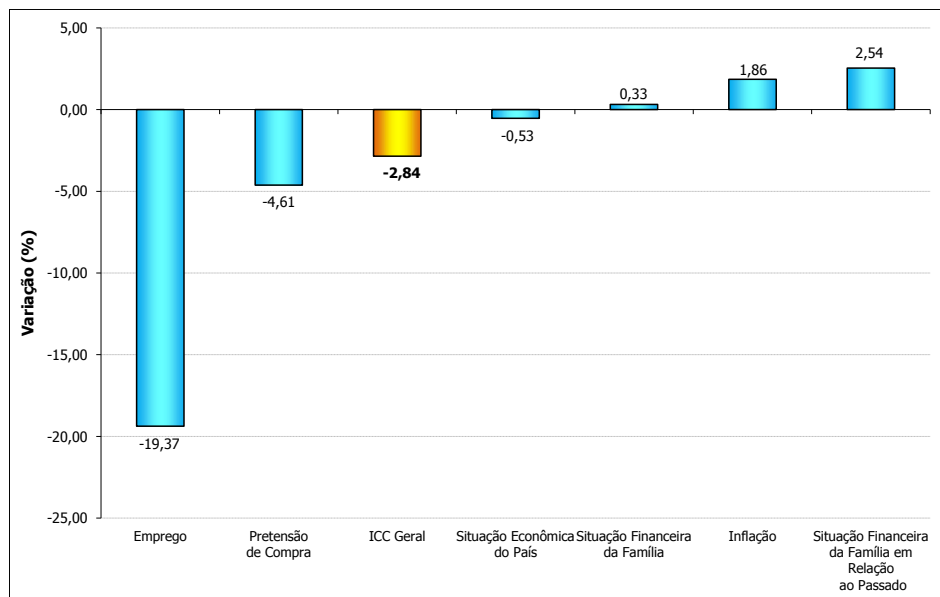
**Tabela 1:** Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, abril/2016

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>84,67</b>	<b>-2,84</b>	<b>-10,42</b>	<b>-15,02</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>85,04</b>	<b>-7,74</b>	<b>-16,50</b>	<b>-31,31</b>
Situação Econômica do País	65,65	-0,53	-10,82	-19,88
Inflação	61,03	1,86	1,54	-8,81
Emprego	144,37	-19,37	-30,54	-48,45
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>98,71</b>	<b>-0,17</b>	<b>-7,04</b>	<b>-3,70</b>
Situação Financeira da Família	111,67	0,33	-3,51	0,65
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	97,55	2,54	-7,65	-8,34
Pretensão de Compra	61,23	-4,61	-17,61	-12,92

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 7,74% em comparação com o mês anterior, o mesmo foi observado para o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, com recuo de 0,17%. O item *Emprego* foi o que apresentou a maior variação negativa no mês, igual a -19,37% (GRAF. 2 e TAB. 1).

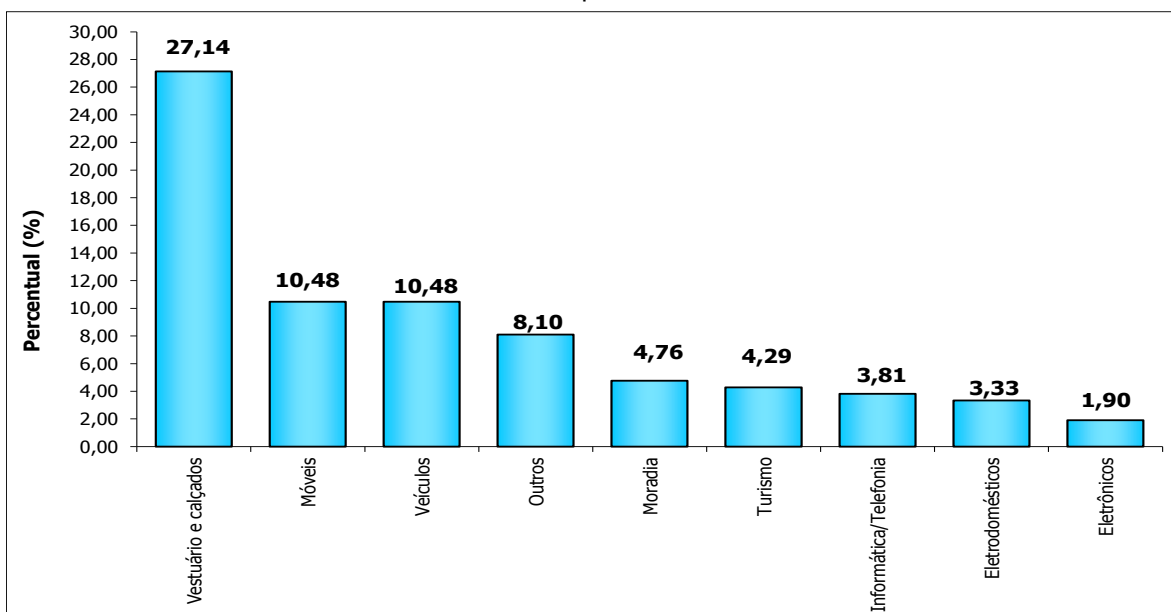
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (abril-16 / março-16)



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%), Móveis e Veículos (10,48%), Outros produtos (8,10%) e Moradia (4,76%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

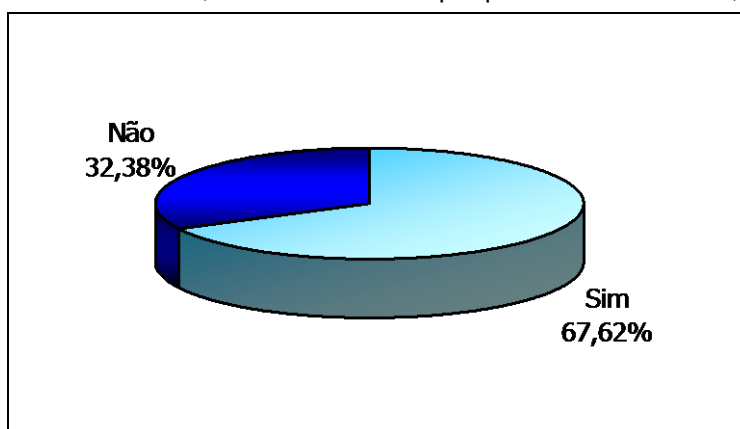
Mulheres	Homens
69,72% pretendem comprar	79,21% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 23,85%	1º) Vestuário e calçados = 30,69%
2º) Móveis, Veículos e Outros = 9,17%	2º) Móveis e Veículos = 11,88%
3º) Moradia = 6,42%	3º) Outros = 6,93%
4º) Turismo = 4,59%	4º) Informática/Telefonia = 4,95%
5º) Eletrodomésticos e Informática/Telefonia = 2,75%	5º) Eletrodomésticos e Turismo = 3,96%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Além do humor do consumidor, também foi avaliada, de forma extraordinária, a intenção de compra das pessoas para o dia das mães deste ano.

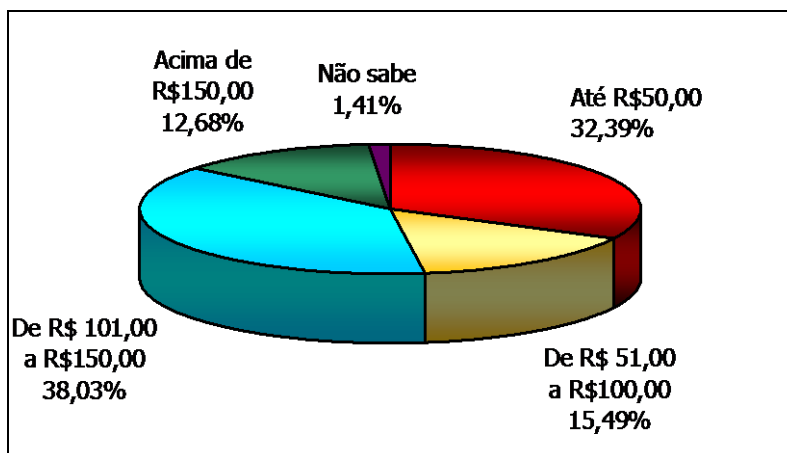
A pesquisa mostrou que a maior parte dos entrevistados (67,62%) pretende presentear a mãe ou alguma pessoa próxima no dia das mães. Dentre esses, observou-se que 38,03% pretendem gastar um valor entre R\$ 101,00 e R\$ 150,00, em média, com cada presente. Adicionalmente, ressalta-se que 71,83% dos consumidores que pretendem presentear anunciaram que gastarão, neste ano, valor inferior ou igual ao que gastou no ano passado.

**Gráfico 4:** Belo Horizonte, Pretensão de Compra para o Dia das Mães, abril/2016



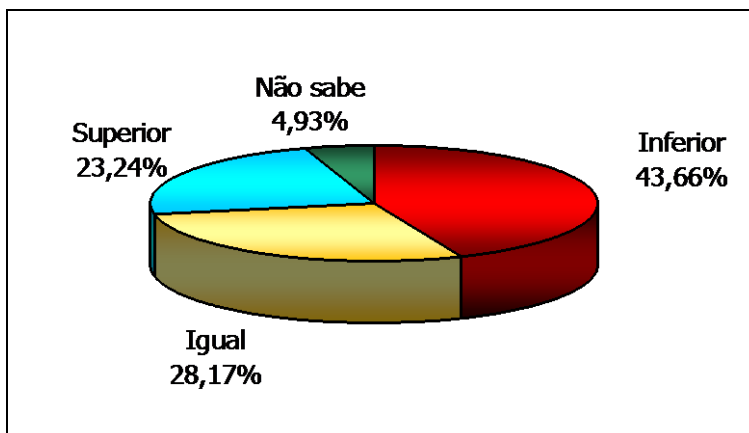
FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

**Gráfico 5:** Belo Horizonte, Previsão de gasto médio com cada presente para o Dia das Mães, abril/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG

**Gráfico 6:** Belo Horizonte, Comparação do valor gasto previsto para o Dia das Mães de 2016 com o ano de 2015, abril/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG