

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Julho 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%).

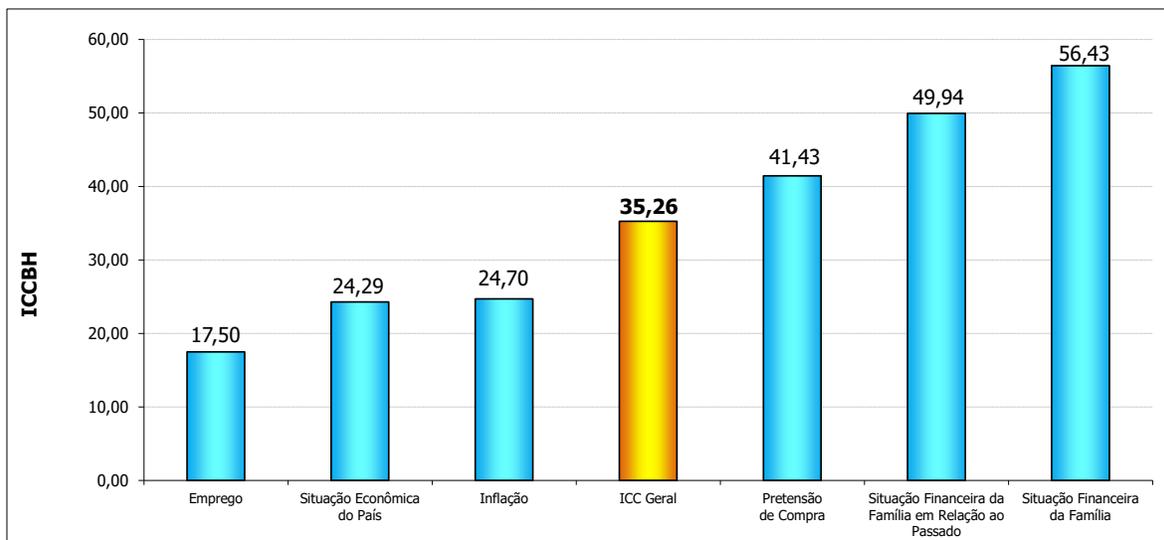
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 julho de 2017, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 04/07/17 e 25/07/17, alcançou 35,26 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês anterior, observou-se uma queda de 0,23% (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)*, julho/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

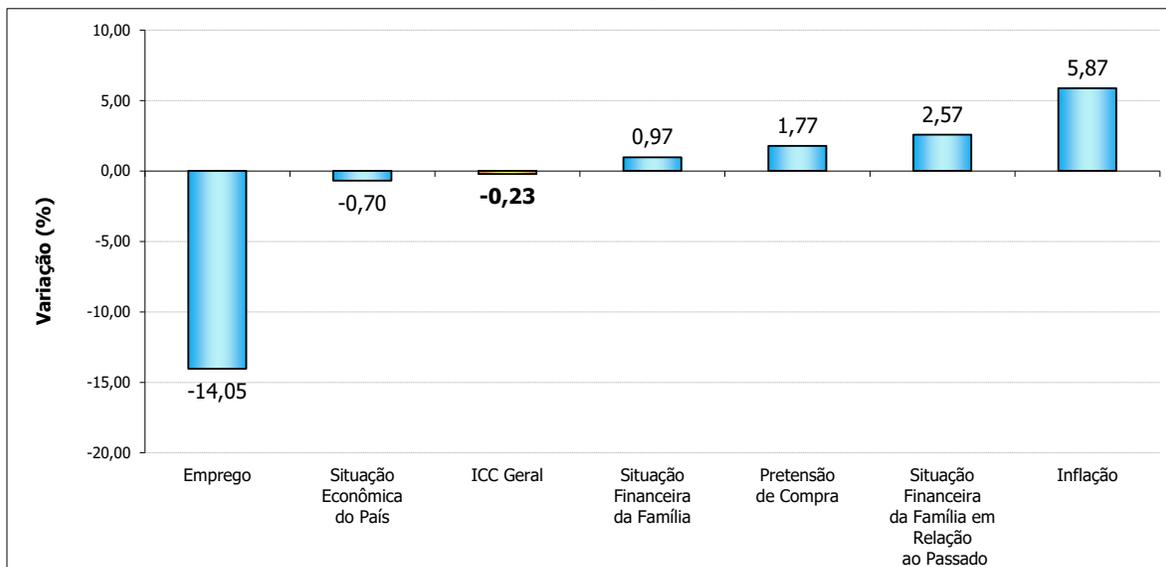
Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, julho/2017

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	91,91	-0,23	4,75	11,30
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	94,33	-3,32	7,43	21,89
Situação Econômica do País	77,40	-0,70	8,24	14,96
Inflação	76,29	5,87	19,61	36,92
Emprego	134,32	-14,05	-3,90	16,67
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	105,98	1,42	3,46	6,59
Situação Financeira da Família	113,46	0,97	-0,11	2,49
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	112,74	2,57	10,24	10,68
Pretensão de Compra	73,48	1,77	8,74	16,77

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 3,32% em comparação com o mês anterior, influenciado principalmente pelo item *Emprego* que recuou 14,05%. No sentido oposto, o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** mostrou um aumento de 1,42%, principalmente, influenciado por *Situação financeira da família em relação ao passado*, cuja variação foi igual a 2,57% (GRAF. 2 e TAB. 1).

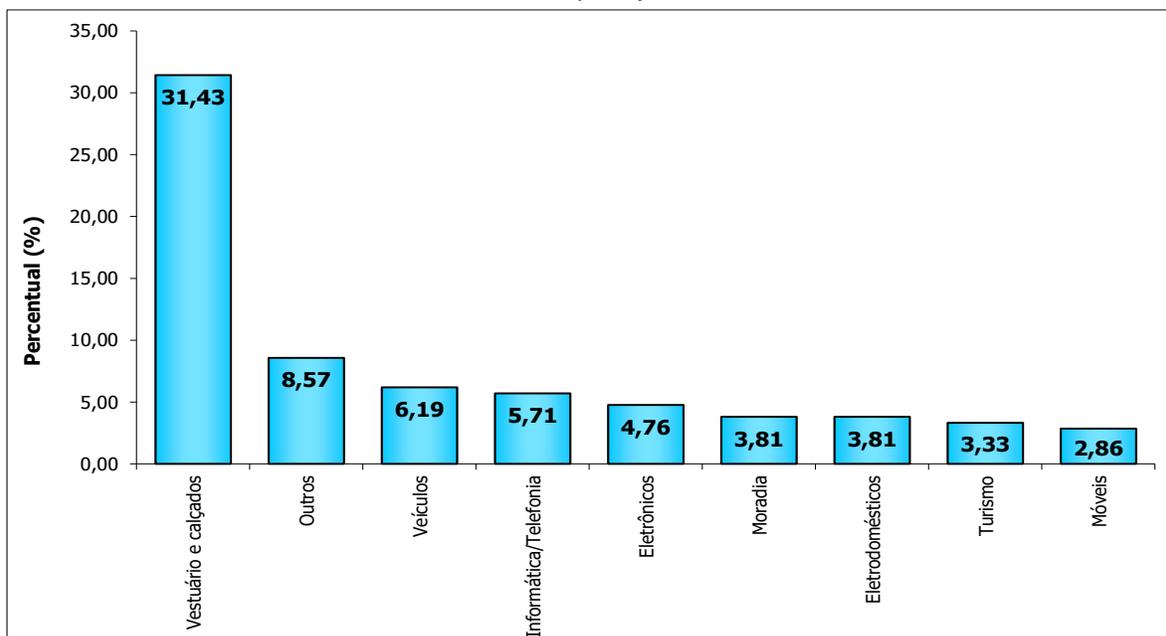
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (julho / junho-17)



FONTES: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (31,43%), Outros (8,57%) e Informática/Telefonia (5,71%) (GRAF. 3).

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



FONTES: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, julho/2017

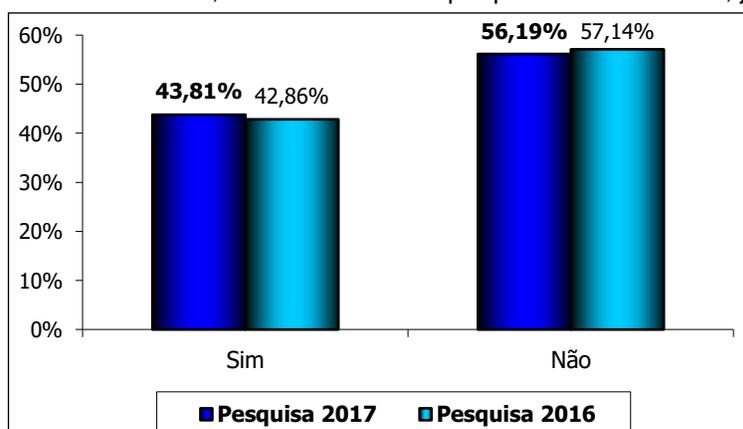
Mulheres	Homens
62,39% pretendem comprar	79,21% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 34,86%	1º) Vestuário e calçados = 27,72%
2º) Informática / Telefonia = 8,26%	2º) Outros = 12,87%
3º) Veículos e Outros = 4,59%	3º) Veículos e Moradia = 7,92%
4º) Móveis = 3,67%	4º) Eletrônicos = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Além do humor do consumidor, também foi avaliada a intenção de compra das pessoas para o dia dos pais deste ano e realizada uma comparação desses resultados com os obtidos na mesma pesquisa aplicada no ano de 2016.

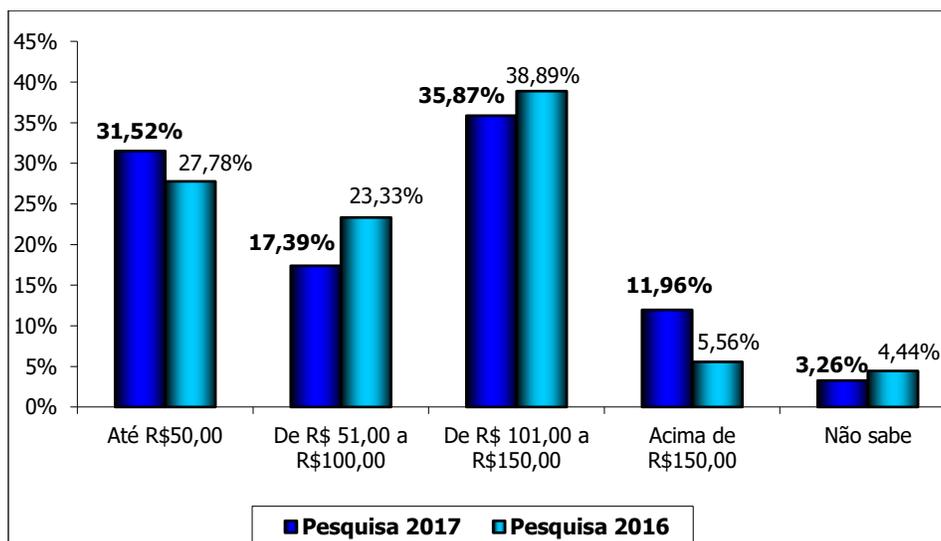
A pesquisa mostrou que 56,19% dos entrevistados não pretendem presentear o pai ou alguma pessoa próxima no dia dos pais, resultado um pouco inferior ao obtido na pesquisa realizada em 2016 (57,14%). Por sua vez, dentre as pessoas que pretendem presentear, observou-se que a maior parte (35,87%) pretende gastar um valor entre R\$ 101,00 e R\$ 150,00, em média, com cada presente em 2017, assim como observado no ano anterior. Destaca-se ainda, que houve um aumento considerável na faixa de valor “acima de R\$ 150,00”, saltando de 5,56% das respostas em 2016 para 11,96% em 2017. Por fim, ressalta-se que 66,30% dos consumidores que pretendem presentear anunciaram que gastarão, neste ano, valor inferior ou igual ao que gastou no ano passado, mantendo o mesmo cenário observado na pesquisa realizada em 2016.

Gráfico 4: Belo Horizonte, Pretensão de Compra para o Dia dos Pais, julho/2017



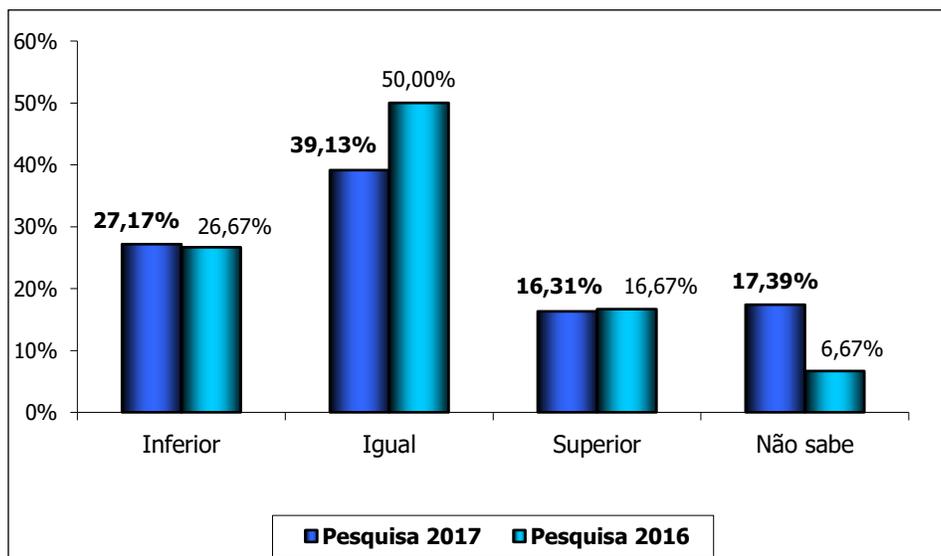
FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Gráfico 5: Belo Horizonte, Previsão de gasto médio com cada presente para o Dia dos Pais, julho/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Gráfico 6: Belo Horizonte, Valor gasto previsto para o Dia dos Pais comparando com o ano anterior, julho/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.